

# **La ciudad, escenario de comunicación**

# La ciudad, escenario de comunicación

*Fernando Carrión y Dörte Wollrad,  
compiladores*



Proyecto  
Latinoamericano de  
Medios de Comunicación

**FRIEDRICH  
EBERT**  
**STIFTUNG**

## **LA CIUDAD, ESCENARIO DE COMUNICACIÓN**

*Compiladores*

*Fernando Carrión y Dörte Wollrad*

Edición

**Fundación Friedrich Ebert Stiftung/Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO sede Ecuador**

**Fundación Friedrich Ebert Stiftung/Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación**

José Calama N° 354 y Juan León Mera

Casilla: 17-21-1993

Teléfono: (593-2) 231 620

Email: promefes@uio.satnet.net

Quito-Ecuador

**FLACSO sede Ecuador**

Páez N19-26 y Av. Patria

Casilla 17-11-06362

Fax: (593-2) 566 139

Email: flacso@flacso.org.ec

Quito - Ecuador

Derechos de autor: 012800

ISBN: 9978-94-112-6

1<sup>ra</sup> edición: 1000 ejemplares

Diseño de portada: Antonio Mena

Diagramación e impresión: NINA Comunicaciones, telefax: (593-2) 526924

Quito - Ecuador, 1999

# Índice

<b>PRESENTACIÓN</b> .....	9
<b>INTRODUCCIÓN</b> , <i>Dörte Wollrad</i> .....	11
Ciudad, espacio público y comunicación .....	11
Ciudad .....	12
Ciudadanía .....	13
Espacio público .....	15
Comunicación .....	16
Conclusiones .....	19

## PARTE I

### GOBIERNO DE LA CIUDAD Y COMUNICACIÓN

#### Políticas urbanas y producción de imágenes de la ciudad contemporánea: un análisis comparativo entre Barcelona

<b>y Curitíba</b> , <i>Nuria Benach /Fernanda Sánchez</i> .....	23
Introducción .....	23
Políticas de promoción de las ciudades y producción de imágenes .....	25
Ciudades-espectáculo: innovación y comunicación .....	30
Comunicación ciudadana y construcción del consenso .....	41
Algunas consideraciones finales .....	47
<b>Comentario</b> , <i>María Arboleda</i> .....	53
<b>Réplica</b> , <i>Nuria Benach y Fernanda Sánchez</i> .....	65

<b>Gobierno de la ciudad y comunicación</b> , <i>Fernando Carrión</i> .....	67
Introducción: la ciudad comunicadora .....	67
Comunicación y ciudad: una realidad dinámica e histórica .....	68
La ciudad es un medio de comunicación especial .....	69
Ciudad y comunicación: una relación distante .....	73
<b>Comentario</b> , <i>Alexandra Ayala</i> .....	87
La comunicación es estratégica .....	88
Relaciones sociales, relaciones de comunicación .....	90
Crear otros escenarios y otras mediaciones .....	91
Cambiar la forma de comunicación .....	93

## PARTE II

### CIUDAD, CIUDADANÍA Y COMUNICACIÓN

#### Ciudadanos de la ciudad: cambios e incertidumbres

<b>comunicativas</b> , <i>Rosa María Alfaro</i> .....	97
La ciudad sin fronteras: desde la mirada del barrio hacia la política ..	98
Televisión, radio y prensa en las territorialidades políticas .....	104
El ciudadano en repliegue desde la ciudad-noticiero y despolitizada ..	109
La protesta en la ciudad .....	113
Comunicaciones políticas de futuros inciertos .....	118

<b>Comentario, Marena Briones</b> .....	121
De la oralidad a la escritura .....	121
Un punto de partida .....	122
Ciudad y comunicación .....	123
Dos preguntas claves .....	124
La respuesta clave .....	126
<b>Territorio, comunicación e identidad</b>	
<b>-apuntes sobre la vida urbana-, Mabel Piccini</b> .....	127
El encuentro de los mundos: heterogeneidad y pluralidad cultural ..	129
La pulverización del espacio público .....	131
Las tecnologías del poder .....	135
Marginalidad .....	139
De la asignación de identidades .....	142
Territorios audiovisuales: vámonos por la paz .....	143
<b>La ciudad sin cuerpo y sin cuerpos: comentarios sobre el papel</b>	
<b>de las jergas académicas para estigmatizar lo urbano, Shanti Pillai</b> ..	149
Abstracciones y llantos .....	149
Anónimos y reaccionarios .....	152
<b>Comentario, Pilar Núñez</b> .....	159
<b>Comunicación intensificada y cultura ciudadana:</b>	
<b>caso Bogotá, Antanas Mokus</b> .....	167
<b>Ciudadanía cultural y las organizaciones vecinales en la</b>	
<b>ciudad de México, Patricia Safa</b> .....	179
Cultura y territorio: dos conceptos claves para estudiar	
las organizaciones vecinales .....	181
Ciudadanía cultural y la lucha por la ciudad .....	184
Las demandas vecinales .....	186
La preservación de las identidades territoriales: una estrategia	
para la democracia .....	189
Reflexiones finales .....	194
<b>PARTE III</b>	
<b>LOS IMAGINARIOS Y LA URBE</b>	
<b>Ciudad, imaginarios y televisión, Armando Silva</b> .....	203
<b>Comentario, Máximo Ponce</b> .....	213
<b>Comentario, Fedy Rivera</b> .....	217
<b>Una comunicación con altura: una estrategia de comunicación</b>	
<b>para la ciudad de La Paz, Adalid Contreras</b> .....	221
La Paz es una ciudad mixtura .....	222
La multiplicidad y heterogeneidad de los medios .....	230
Una ciudad mestiza. ....	233
Principios .....	235
Sistema municipal de comunicación .....	237

## ***Presentación***

*En septiembre de 1998, FLACSO y la Fundación Friedrich Ebert organizaron el seminario "Ciudad, comunicación y construcción de ciudadanía", cuya finalidad fue examinar el entrelazado juego de relaciones que distintos actores despliegan sobre un escenario común: la ciudad.*

*Los temas, interpretaciones y debates surgidos en este seminario son los que ahora se recogen en esta compilación.*

*Las contribuciones incorporadas en esta obra, ilustran algunos de los temas que preocupan y que, a nuestro juicio deberían preocupar, a los investigadores de la cultura urbana, de la comunicación y de la ciudadanía. No hemos pretendido presentar una muestra exhaustiva ni plenamente representativa sino movernos con los materiales que estuvieron a mano en el desarrollo del seminario y, creemos que lo importante es que estos aportes permitan explorar el panorama de interrogantes y controversias, de suposiciones y aproximaciones existentes hacia finales de los años noventa sobre el tema.*

*Para la realización del seminario, así como para la edición y publicación del presente libro, FLACSO ha contado con el apoyo de la Fundación Friedrich Ebert.*

***Fernando Carrión***  
*Director*  
*FLACSO-Sede Ecuador*

***Hans-Ulrich Bünger***  
*Representante de la Fundación*  
*Friedrich Ebert Stiftung*

*Enero de 1999*

# Introducción

*Dörte Wollrad*

## **Ciudad, espacio público y comunicación**

El debate sobre las medidas económicas en la radio; el Pichincha detrás del aviso publicitario gigantesco de Coca Cola; los pitos agresivos de los conductores aproximándose a un congestionado redondel; el vendedor de mentas y chicles en el primer semáforo de la esquina; los chicos que limpian los parabrisas en la siguiente esquina; el hueco en la 12 de Octubre donde robaron la tapa del alcantarillado...

Atravieso la ciudad, voy de mi hogar a mi trabajo todos los días, como lo hacen miles de habitantes de Quito, en carro, bus, trole, caminando, desde el sur, desde el norte, del sur al norte, bajando laderas o subiendo del valle. Aunque vivimos en la misma ciudad, la conocemos en partes, la habitamos y percibimos de maneras muy distintas.

Hoy el 76% de la población latinoamericana, es decir, más de 300 millones de personas viven en urbes, y para el año 2000, América Latina será el continente de mayor población urbana en el mundo.

Este rápido y persistente proceso de urbanización genera cambios sociales, la concentración de culturas heterogéneas en espacios densos, nuevas formas de comportamiento e interacción, miedos tanto como oportunidades. La ciudad como *modus vivendi* es tanto un reto como una amenaza, tanto fascinación como riesgo. Si la disfrutamos o la sufrimos, si la analizamos o la gobernamos, la ciudad como reflejo condensado de la sociedad, nos provoca e inquieta permanente y directamente.

Probablemente por eso, el tema de su análisis convoca de una manera masiva y multidisciplinaria, como se constató en el seminario internacional "Ciudad, Comunicación y Construcción de Ciudadanía", realizado del 7 al 9 de septiembre de 1998 en Quito. El objetivo que FLACSO y la Fundación Ebert, como organizadores, se plantearon fue acercarse al tema de la comunicación a partir de la dinámica de la ciudad con sus habitantes y actores (gobierno local, medios de comunicación, ciudadanía), y desde reflexiones teóricas tanto como experiencias y casos concretos. Gracias a las contribuciones de los ponentes internacionales, de los comentaristas nacionales y de la reunión plenaria, el seminario concluyó con una serie de propuestas y preguntas que abren camino a futuras investigaciones e intercambios.

Entendiendo el seminario, por lo tanto, como el punto de partida de un proceso de debate académico y político, este artículo no se plantea resumir las investigaciones presentadas en el evento; al contrario, intenta, desde ellas, señalar los ejes de la discusión, marcando las disensiones y preguntas abiertas que nos llevarán a un diálogo continuo sobre los nuevos fenómenos de la sociedad urbana. Los cuatro ejes del debate son la ciudad, la ciudadanía, el espacio público y la comunicación.

## **Ciudad**

En el marco de los procesos de globalización y descentralización del poder político, el Estado está perdiendo gran parte de su importancia como referente de las reivindicaciones sociales, de las identidades y de los sentidos de pertenencia. En la medida en que el poder de decisión parece perderse en un complejo entorno internacional globalizador, la búsqueda de participación e identidad se concentra cada vez más en el ámbito de lo local. En consecuencia, la municipalidad, como unidad política más cercana, se está convirtiendo en el eje de las relaciones y reivindicaciones sociales y políticas.

Partiendo de la polis griega, es decir, del concepto político de la ciudad, Mabel Piccini la define por su "desterritorialización", en tanto metáfora de la modernidad. La movilidad social y geográfica y la concentración de una inmensa diversidad sociocultural en las mega-ciuda-



des, provocó la desafiliación de los habitantes de los territorios y redes sociales tradicionales. Desubicadas entre la localidad y la aldea global, las ciudades se transformaron en no-ciudades, espacios del anonimato. El espacio público implicado en el concepto de polis, se pierde en el conjunto de no-lugares.

Esta visión de la muerte de la ciudad como cuna de la política, contrasta con interpretaciones que parten del hecho de que no existen ciudades abstractas. En su comentario, Marena Briones ofreció la definición de la ciudad como el escenario de relaciones sociales y, al mismo tiempo, como su producto; por tanto, refleja las estructuras y problemas de la sociedad. Se autoconstruye y cambia permanentemente según dichas relaciones sociales. En la misma línea, Fernando Carrión propuso analizar la ciudad en su función como medio de comunicación, el pulso que nos habla del cambio social. Al lograr sintonizarse con ella, la ciudad podría servir como medio de comunicación entre el gobierno local y los habitantes. Para poder captar el mensaje del medio 'ciudad' acerca del cambio social, hay que analizar los actores y sus nuevas formas de habitar la ciudad moderna.

## **Ciudadanía**

Con la crisis de los agentes tradicionales de socialización, es decir, la iglesia, la escuela y la familia; de las formas tradicionales de representación (partidos políticos, sindicatos, etc.), movilización social y relación territorial de los sujetos, aparecieron nuevas formas de interacción y afiliación social, menos duraderas, más puntuales, múltiples y desterritorializadas. La noción del ser colectivo se reemplaza gradualmente por un concepto del sujeto individual y flexible que circula por redes espontáneas y minoritarias, deslocalizándose psicológica y socialmente de manera permanente (Piccini). Sus identidades múltiples le llevan a formar tribus aisladas con culturas propias. Se fragmenta la colectividad.

Lo descrito hasta aquí nos lleva a dos preguntas: ¿Cómo valoramos la heterogeneidad de los sujetos urbanos? ¿Y cómo se define el concepto de ciudadano en este nuevo contexto? Por un lado, la heterogeneidad

cultural acumulada en las urbes se puede valorar como un proceso innovador de gran potencial creativo: aunque formas tradicionales de afiliación e interacción social desaparecen, no se abre un vacío que produce caos. Los sujetos entran más bien en otras formas de interacción, tejiendo nuevas redes y solidaridades y articulándose por otros medios. El reto consiste en acompañar este proceso y apreciar las culturas múltiples –aunque fragmentadas– como riqueza urbana.

Esta celebración de la multiculturalidad (propuesta sobre todo por Shanti Pillai en su comentario), contrasta con una visión más pesimista que pone énfasis en la inseguridad, tanto por la falta de referentes tradicionales como por la violencia urbana (posición mantenida por Piccini). Según ella, la segregación de la ciudad y el nomadismo de sus sujetos plantea el exilio como estilo de vida, produciendo culturas frágiles e individuos adaptados al miedo. Estos individuos forman grupos restringidos y excluyentes que les convierte en extranjeros y marginales frente al otro.

Mientras la celebración de la multiculturalidad corre el riesgo de glorificar la heterogeneidad y negar sus potenciales elementos de explosión social, la percepción de la realidad como caos nos puede impedir un análisis constructivo del cambio y de las soluciones que podrían presentarse. Si bien es cierto que no hay heterogeneidad sin conflicto (Carlos Viteri en su comentario), como muestran las múltiples manifestaciones de intolerancia (tanto tradicionales como nuevas) que presenciarnos diariamente en las urbes, el problema no está tanto en la apreciación que nosotros podemos tener de la heterogeneidad, sino en el nivel de tolerancia actualmente presente en nuestras sociedades y la posibilidad de generarla en función de manejar la conflictividad social y cultural en las ciudades. Porque tanto celebrar como rechazar ‘al otro’ significa negarse a una interacción cuyo requisito sería una reflexión acerca de la posición y perspectiva subjetiva desde la cual nos acercamos a la diversidad.

La definición de ciudadanía queda como problema abierto. Si Carrión afirma que sin ciudadanía no hay ciudad, y Rosa María Alfaro constata que sin colectividad no hay ciudadanía, la fragmentación e individualización en la sociedad urbana pone en duda la posibilidad de

que se construya ciudadanía en las urbes. ¿Pero ciudadanía en qué sentido? En el debate, el término surge tanto en su sentido político –como individuo con derechos y deberes, que se sujeta y pertenece de forma igualitaria a un Estado–, como en su sentido administrativo (usuario) y su noción económica como consumidor (Carrión). Como Alfaro señala, el sentido de pertenencia a una nación fue reemplazado por la identificación con una localidad que puede ser tanto el barrio como una comunidad virtual; pero ni el ciudadano vecino ni el ciudadano global son suficientes para construir ciudadanía. Un concepto clave del discurso político de ciudadanía es la igualdad, y como nadie (ni el Estado ni el municipio) quieren o pueden encargarse de las desigualdades que ciudadanos conscientes podrían reclamar, el sujeto político fue reemplazado por el usuario o cliente de servicios públicos, y en la medida en que la misma ciudad se convierte en mercancía –como argumentó Fernanda Sánchez en el caso del city marketing– el usuario se convierte en consumidor de la ciudad y sus servicios. Así se evidenció en el debate, la gradual despolitización del discurso sobre ciudadanía, desde un ciudadano (imaginario) activo y parte de un colectivo igualitario en sus derechos, a un consumidor/espectador (de igual manera imaginario) pasivo e igual según su poder adquisitivo. Como causa y/o efecto de la despolitización del concepto de ciudadanía, también cambió radicalmente la idea del espacio público.

## **Espacio público**

Democracia –afirma Alfaro– es el poder en público. El espacio público puede ser entendido, por lo tanto, como la esfera social en donde los distintos intereses sociales miden, negocian y concertan sus fuerzas entre sí y ante el poder. Allí se define y decide la agenda política.

La ya mencionada crisis de la representatividad política y el distanciamiento de las instituciones políticas, crearon un vacío en la mediación entre los ciudadanos y el poder que fue llenado por los medios de comunicación, los nuevos mediadores que nadie eligió, que no son representativos pero que gozan de una tremenda credibilidad en la población. Su tarea informativa se amplió a una noción de abogacía e interac-

tividad: vía teléfono, fax e internet, el ciudadano puede participar en encuestas o presentar sus quejas al político en la pantalla y de esta manera sentirse parte del debate y del poder público.

Los medios construyen el escenario de un diálogo imaginario–mediático entre el público y el poder, privatizando e individualizando el espacio público. Este ‘servicio a domicilio’ con que nos entregan el debate y supuestas posibilidades de participación desde el hogar, reduce la necesidad de información e intercambios en la calle o la plaza, en el mercado o los bares del barrio. Al mismo tiempo, los medios –con un enfoque mayoritariamente sensacionalista– nos presentan un imaginario urbano de alta inseguridad y violencia. Aunque es cierto que los medios no nos dicen qué pensar, sino sobre qué pensar, su impacto en la percepción individualizada del entorno en que vivimos es indiscutible. Sobre todo en cuanto a la televisión, se puede decir que lo que pasa por la pantalla pasa por ser real. Y si los miedos acrecientan la importancia de los medios (Alfaro cita a Martín Barbero), las posibilidades de habitar el entorno que nos ofrece la ciudad, refuerzan los miedos. La segregación espacial de la ciudad, los condominios/fortalezas, los centros comerciales de alta vigilancia y las autopistas reemplazan los puntos de encuentro por puntos entre los cuales circulamos, puntos de desencuentro que ofrecen un anonimato que sugiere seguridad. Esta pulverización del espacio público, la inflexión del espacio y tiempo urbano (Piccini) nos lleva nuevamente a preguntas abiertas: Si el espacio público está desapareciendo y a la vez lo público se autoconstruye (Armando Silva cita a Habermas), ¿Cómo y en qué lugar se articula la ciudadanía? ¿Cuáles son las nuevas –aunque fragmentadas– formas y medios de articulación? Si lo público sigue autoconstruyéndose pero bajo nuevos paradigmas y en nuevas redes, hay que refinar el instrumental metodológico para su análisis. Aquí se evidencia la importancia de la comunicación como instrumento y producto del cambio social.

## Comunicación

Comunicación no es la entrega mediática de información, la vía jerárquica del emisor al receptor que muchos siguen entendiendo por el

término. Comunicación es el conjunto de relaciones sociales y su producto, como Briones afirma en su comentario. Y es un instrumento en el manejo de estas relaciones que puede implicar las más distintas intenciones: la ya mencionada intención difusionista que es la disociación de la información del proceso comunicacional y la mera negación del otro; la propagandística que –como en el caso del city marketing y más frecuentemente en los esfuerzos comunicacionales por parte de partidos políticos– apunta a la manipulación; y la relacional que promueve el diálogo y, por ende, el empoderamiento de los distintos actores sociales frente a la negociación de sus intereses (Alfaro).

Mientras los modelos difusionistas y propagandistas no previenen ni permiten una contestación, un proceso de doble vía, el relacional entiende la comunicación como un proceso circular.

Frente a la fragmentación del potencial ciudadano y la pulverización del espacio público, conviene reflexionar sobre en que medida las estrategias adoptadas por los medios masivos de comunicación, el gobierno local y los mismos actores sociales están actualmente contribuyendo o podrían contribuir en un futuro a la recuperación de la ciudad y sus espacios públicos. Como lo prueba Alfaro, la radio y la televisión, y en ciertas franjas sociales la prensa escrita, se convirtieron en la fuente más importante de información sobre lo que pasa en la ciudad. Y sin querer subestimar la capacidad con que individuos y grupos negocian el mensaje mediático, se puede decir que los medios tienen gran parte del poder definitorio de lo real. Pero si lo real se compone de un sinnúmero de imaginarios, hay que preguntarse si los medios reflejan y quieren reflejar esta pluralidad multicultural urbana. ¿Qué subculturas minoritarias acceden al medio gobernado por los ratings y ventas? ¿Qué y cuántos actores habitan el espacio público puesto en escena por los medios? ¿Cuántos habitantes de la ciudad acceden a la interacción mediática vía teléfono, fax o internet? ¿Qué procesos de exclusión e inclusión refuerzan los imaginarios mediáticos? La posibilidad de interacción con los medios de hecho está tecnológicamente limitada.

Sin embargo, la negación ‘del otro’ en un trabajo difusionista es un problema criticado por algunos medios y muchos periodistas. Una con-

cientización sobre la heterogeneidad y, más directamente, sobre la creciente desigualdad de las realidades urbanas y los impactos y conflictividad que la noción de la información podría generar en distintos grupos, ayudaría a construir un mosaico periodístico más completo de la ciudad. Seguramente, sería más constructivo con respecto a la formación de ciudadanía que los supuestos espacios de participación en los medios y más propositivo que contestatario.

Los gobiernos locales –ámbito político más cercano y perceptible– en cambio imitan, en muchos casos, estrategias nacionales de comunicación y optan por la propaganda como su instrumento de comunicación con los ciudadanos. Aunque eso se entiende en la perspectiva reducida de intereses electorales, el impacto ha sido más bien negativo: o el público detecta la intención manipuladora y rechaza el mensaje, o el público descansa pasivamente como espectador de tantas maravillas. Si es cierto –como señala Carrión– que únicamente un gobierno de cercanía, descentralizado y atento tiene el potencial de manejar la creciente heterogeneidad y conflictividad urbana, una política municipal de comunicación con estrategias relacionales se convierte necesariamente en la política clave del gobierno local.

Las experiencias planteadas por Antanas Mockus convencen en este sentido y muestran que la caja de herramientas comunicacionales de la cual dispone el municipio es mucho más grande y variable que el spot o la cuña radial. Prueban, además, que dialogar y negociar con los distintos y opuestos intereses, y crear reglas vía códigos simbólicos comunes, baja efectivamente los índices de violencia e intolerancia urbana. Promover la recuperación de espacios públicos, negociar y establecer un equilibrio entre la sanción legal y la gratificación moral, y acordar y socializar reglas culturales acerca de la convivencia en la ciudad, son procesos comunicacionales que fortalecen la gobernabilidad local. Aunque ciertamente no hay que ilusionarse con el poder pacificador de estas medidas frente a la tremenda desigualdad social que se concentra en las ciudades, la comunicación relacional implica participación y empoderamiento y es, por lo tanto, parte de la solución.

Que no todos los ciudadanos son espectadores pasivos, sino negociadores activos de los mensajes comunicacionales, podemos constatar a diario en nuestras ciudades: frente a municipalidades ajenas y medios masivos excluyentes, creció sobre todo en esta década la cultura grafiti, tanto como el número de radios y televisoras comunitarias, el teatro en la calle tanto como los miembros de grupos virtuales en el internet. El atractivo que logró la comunicación comunitaria a pesar de tremendas desventajas en lo legal, económico y tecnológico frente a los medios masivos, refleja en gran medida, la búsqueda de localidad del ciudadano global-vecino e indica a los municipios una posible alianza hacia el gobierno de cercanía.

## **Conclusiones**

Un seminario que abre nuevas preguntas en lugar de presentar certezas y que permite observar de otra forma cosas mil veces vistas en el camino a la casa, es más que un ejercicio académico; es una invitación a un proceso –por supuesto comunicacional– al cual este artículo quiere contribuir. Sin embargo, el debate me dejó con una gran inquietud. Analizando los procesos de cambio por los cuales están pasando las sociedades urbanas, podemos llegar tanto a celebrar la diversidad como asustarnos del caos. ¿Pero en base a qué? ¿Partiendo de qué percepción anterior de la ciudad? ¿Mirando desde qué punto de vista subjetivo? Mi duda es si disponemos de los instrumentos metodológicos para el análisis de las supuestas multiculturalidades. ¿No se corre el riesgo de partir exclusivamente de nuestro imaginario de la ciudad (atravesándola desde el condominio, vía autopista, al centro comercial y viceversa) sin evidenciar satisfactoriamente el hecho de que los imaginarios no deja de tener un rostro de clase? En la ciudad han existido y siguen existiendo colectivos o ‘tribus’ que no fueron escogidos voluntariamente por sus ‘afiliados’ y que tampoco son transitorios. Por ejemplo, los negros del Chota que viven en Quito no se encuentran en un proceso permanente de deslocalización social; es decir que el proceso de exclusión e inclusión siempre ha tenido un actor, una élite minoritaria que decide sobre los afiliados y exiliados. El mestizaje que se promovió en la ciu-

dad de La Paz (Contreras) choca, tarde o temprano, con el clasismo, sexismo, racismo y las demás discriminaciones e intolerancias que siguen existentes.

El análisis social se ha vuelto un tanto ahistórico, reflejando el mismo proceso de despolitización e individualización que criticamos. Si la ciudad es el escenario de relaciones sociales y producto de ellas, se encuentra de forma permanente en una dinámica de cambio, actualmente ubicada entre la mundialización y la localización de las culturas; y, que en esta dinámica se rompen tejidos sociales tradicionales y desaparecen las formas y lugares tradicionales de afiliación y articulación de distintos grupos sociales, me parece un hecho fuera de disputa. Lo nuevo que se está tejiendo y el cómo y desde dónde lo apreciamos, me parece el punto difícil en este debate. Si los que antes eran ciudadanos (y eso bajo qué concepto) hoy son consumidores, –le agradezco a Silva por la diferencia que plantea entre el consumo y la compra–, porque mientras todos tenemos que consumir en el sentido de –mal o bien– tratar de satisfacer necesidades, muy pocos en nuestras sociedades socialmente tan segregadas pueden vivir su pulsión y satisfacer sus deseos con la compra. La venta de fantasía que nos crea una demanda imaginaria (Silva), se dirige a los que transitamos la ciudad en el 4x4, que dejamos de frecuentar el mercado en el centro por razones de seguridad y que nos sentimos ciudadanos del mundo por conectarnos al internet. Somos nosotros quienes investigamos la creciente heterogeneidad y conflictividad que produce la urbanización –y celebramos o nos asustamos frente a lo que constatamos–. ¿Si los imaginarios urbanos son productos de nuestros entornos y de cómo los habitamos, ¿Qué impacto tiene el hecho de ser mujer, blanca, clase media alta con formación académica en mi percepción de la multiculturalidad o del autoexilio? Lo que propongo, por lo tanto, no es nada nuevo: el cambiante tejido social urbano sigue siendo ‘precortado’ por conceptos de clase, raza y género que, por lo tanto, no pueden faltar como categorías analíticas en nuestras investigaciones.



# **Parte I**

## **Gobierno de la ciudad y comunicación**

# **Políticas urbanas y producción de imágenes de la ciudad contemporánea: un análisis comparativo entre Barcelona y Curitiba**

*Nuria Benach Rovira\**

*Fernanda Sánchez García\*\**

## **Introducción**

En este artículo nos proponemos estudiar la producción de imágenes de la ciudad en relación a los cambios acaecidos en las políticas urbanas de fines de siglo sobre la base de la cada vez mayor centralidad de las acciones que persiguen la promoción de la ciudad.

El *city marketing* –es decir, la orientación de la política urbana a la creación o atención de las necesidades del consumidor sea éste inversor, turista o el propio ciudadano (Ashworth and Voogd 1988; Cooke 1990)– aparece, efectivamente, como un importante instrumento de la nueva planificación de ciudades, que precisa ineludiblemente de la producción de imágenes de la ciudad (Benach, N. 1997; Sánchez,

---

\* Nuria Benach Rovira. Geógrafa. Docente y Doctora en Geografía por la Universitat de Barcelona – UB - España. E-mail: benach@trivium.gh.ub.es

\*\* Fernanda Ester Sánchez García. Arquitecta. Master en Planificación Urbana y Regional. Doctoranda en Geografía Urbana por la Universidade de São Paulo – USP - Brasil. E-mail: fsanchez@usp.br

F.1997). De este modo, la producción de imágenes de la ciudad tiene un papel cada vez más relevante en la formulación de estrategias económicas y urbanas orientadas, sobretudo, a la internacionalización de la ciudad, pero también volcadas hacia la obtención de notables efectos internos, particularmente en lo que se refiere a la construcción de una amplia adhesión social a un determinado modelo de gestión y administración de la ciudad.

Al analizar comparativamente la producción de imágenes en Barcelona - España y Curitiba – Brasil, dos ciudades paradigmáticas del urbanismo contemporáneo, hemos podido comprobar la existencia de semejanzas sorprendentes, lo que muestra acaso la universalidad de los procesos urbano-metropolitanos contemporáneos pese a desarrollarse en contextos lejanos y aparentemente diferentes. Creemos que el estudio comparativo de estas dos ciudades puede aportar elementos interpretativos de las nuevas formas de ‘hacer ciudad’, de los recientes planes estratégicos y, en definitiva, de los ‘proyectos de ciudad’ en curso.

La adopción de esta perspectiva nos parece aún más necesaria si se quiere llegar a formular un pensamiento crítico consistente, para lo cual es preciso llegar a una mejor comprensión de la construcción de las imágenes y discursos dominantes y, desde adentro, desnaturalizarlos, desconstruirlos, revelando las diferentes capas de símbolos, representaciones y significados que los componen.

Este artículo se organiza en cinco partes. En la primera se presentan las políticas de promoción de las ciudades y la producción de imágenes dominantes en un contexto de profunda transformación de los objetivos y los instrumentos de la política urbana. La segunda parte trata del concepto de ‘ciudad espectáculo’ tal cómo ha venido siendo utilizado por las autoras; pretende mostrar como la conversión en espectáculo de distintos aspectos de la ciudad, especialmente los relacionados con el urbanismo, contribuye notablemente a la difusión y a la aceptación de los objetivos de la política urbana. En la tercera parte, se presentan las imágenes de ‘ciudades-modelo’ que ambas ciudades han producido y difundido, con énfasis en la eficacia externa e interna de la presentación de Barcelona y de Curitiba como referencias internacionales. La cuarta parte propone acercarse al tema de la construcción del consenso social y su relación con las imágenes disonantes. Final-

mente, ofrecemos algunas conclusiones con la pretensión de contribuir a la comprensión de las profundas mudanzas culturales en las formas de hacer política urbana y de señalar la relevancia de los temas de la comunicación ciudadana en los estudios de los procesos de renovación urbana contemporáneos.

## **Políticas de promoción de las ciudades y producción de imágenes**

Barcelona y Curitiba han pasado a ser ciudades emblemáticas de los años 90 a nivel internacional. Pese a las obvias diferencias que muestran las dos ciudades en su situación en el contexto internacional, en su historia económica y social, existen algunos elementos que facilitan la comparación entre las dos ciudades (su tamaño demográfico, el hecho de tratarse de ciudades no capitales de países, el hecho de contar con un notable dinamismo económico). Barcelona, desde inicio de los años 80 y hasta la actualidad, ha desarrollado una política urbana basada en la transformación de la ciudad como elemento de reanimación y reactivación económica de una metrópolis de intenso pasado industrial, que ha contado con un amplio consenso político, institucional y ciudadano, con el fin de situar mejor la ciudad en un contexto internacional de creciente globalización y competitividad. En Curitiba, por su parte, desde inicio de los años 70 se ha desarrollado un proyecto de renovación urbana que tiene como ejes el transporte colectivo, la renovación de áreas históricas y la planificación ambiental, pero que también tiene, sobre todo en los años 90, el objetivo de promover un mayor dinamismo económico en la metrópolis.

Pese a las obvias diferencias, tanto la administración pública de Barcelona como la de Curitiba han intentado desarrollar una manera propia de resolver los problemas comunes de las ciudades que se hallan inmersas en un profundo proceso de cambio. Efectivamente, tal como ha sido presentado ampliamente por numerosos autores, los procesos de reestructuración económica mundial, como resultado de una compleja cadena de crisis, dibujan un panorama ciertamente inestable para las ciudades y metrópolis, sus modelos de desarrollo, sus nuevos roles y sus morfologías (Soja, E. 1993; Harvey, D. 1994). Es precisamente en este panorama de crisis y reestructu-

ración que estas dos ciudades han sido tomadas y exhaustivamente citadas<sup>1</sup> como lugares donde, sin embargo, se han dado 'experiencias exitosas' en el ámbito del planeamiento urbano y la modernización económica.

Sin detenernos ahora en la formación histórica, económica y urbanística de cada una de ellas (lo que, por otra parte, sería absolutamente necesario en estudios que trascendieran los límites de este artículo), interesa, para la presente reflexión, poner en evidencia las múltiples semejanzas que presentan estos dos proyectos de modernización urbana en los años 90. Identificar las semejanzas no pretende sino avanzar en la comprensión de los complejos y veloces procesos económico-espaciales que se vienen dando a escala mundial con fuerte impacto en las políticas urbanas de fines de siglo. El análisis de las imágenes y discursos tendría, efectivamente, poco sentido, fuera de este contexto en el que son producidos.

Pero, ¿cómo explicar la centralidad que le estamos dando al hecho cultural de la comunicación en nuestro análisis de las nuevas políticas urbanas? Sin duda, la motivación principal para adoptar esta perspectiva analítica se basa en que las administraciones locales de ambas ciudades, a partir de los años 80, han hecho una clara y creciente inversión en city marketing mediante un aparato promocional potente para situar sus ciudades en el mapa del mundo y para obtener un gran consenso social<sup>2</sup>.

La aportación teórica substancial de la que partimos en nuestra reflexión se sitúa en la producción de la geografía contemporánea, particularmente en la moderna geografía cultural y en la geografía crítica, donde la integración entre la materialidad, la representación y la

---

1 Las ciudades de Barcelona y Curitiba no solo están presentes, como paradigmas, en círculos técnico-académicos especializados, sino que ambas también ocupan un notable espacio en los "media" a nivel internacional como "ciudades de los éxitos", con diversos premios de organismos internacionales como la ONU y la UNESCO.

2 En efecto, este es uno de los trazos más destacables de estos dos "proyectos de ciudad" y puede ser identificado no solamente por la presencia avasalladora que han logrado en los "mass-media" a escala local, nacional e internacional, sino también por la notable expansión que los departamentos y agencias de comunicación y marketing han tenido dentro de las respectivas estructuras administrativas locales.

imaginación ha adquirido un lugar destacado en los recientes estudios urbanos<sup>3</sup>.

El marco donde se sitúa la promoción y la producción de imágenes de la ciudad es el de la valorización de la dimensión local en el contexto de la globalización económica (ver por ejemplo, Harvey 1993:7-8). La movilidad productiva y financiera permite una mayor libertad de localización, lo que aumenta las posibilidades de elección, y por consiguiente, la importancia de las diferencias y atractivos locales. Es en este marco que los agentes de la ciudad vienen tomando conciencia de la permanente competencia con otras localidades por nuevos capitales. La atracción del capital multinacional es realizada mediante un conjunto de factores que pretenden marcar la diferencia: infraestructura física y comunicacional, regulación política y social, calidad de vida. Precisamente en este proceso adquiere gran importancia la venta de la ciudad, el uso de técnicas publicitarias y la construcción de imágenes ya que, además de disponer de elementos competitivos, es necesario también tener una imagen adecuada para presentar, comunicar y 'vender' la diferencia.

Algunos ejemplos recientes de campañas para marcar cualidades particulares de la ciudad de Curitiba pueden ser encontrados en la publicidad para atracción de empresas automotrices (para instalarse en la región metropolitana) y de empresas de tecnologías de punta (para localizarse en el Parque Tecnológico de la Ciudad Industrial de Curitiba – CIC). Estas campañas resaltan la superioridad de las redes de infraestructura urbana y de comunicaciones frente a otras ciudades y seleccionan indicadores apropiados de calidad de vida para componer un panorama de mayor atractividad:

*Vamos oferecer nosso melhor produto, que é a qualidade de vida, uma capital com toda a infra-estrutura e com a maior*

3 El pensamiento de Henri Lefévre vuelve a ser defendido y reivindicado por diversos autores (especialmente, desde su traducción al inglés en 1991), pues en su elaboración teórica incluye las representaciones del espacio y los espacios de representación como categorías de las prácticas espaciales (Lefévre, H. 1974:42-43). Pensamos que el aporte de Lefévre ha incidido en el debate contemporáneo hacia el ensanchamiento de cuestiones que deben ser incorporadas en los estudios de las localidades, como el papel de las variables culturales y la materialidad de las representaciones.

*quantidade de área verde por habitante do Brasil. (Jaime Lerner, Folha de São Paulo, 05-11-89).*

*Ganhe sete anos em sua vida morando em Curitiba*, leif-motiv de la campaña publicitaria para atracción de nuevos empresarios, que presentaba la 'matemática de la ciudad' para destacar la economía de tiempo en el tránsito en comparación con las demás metrópolis.

Barcelona, por su parte, fomenta una imagen general de una metrópolis atractiva gracias a su calidad de vida, su potencial cultural, su patrimonio histórico, su equilibrio social, su carácter mediterráneo... y además utiliza ampliamente las ventajas de su localización estratégica en el sur de Europa (el 'norte del sur' tantas veces utilizado) como capital de una región poco definida geográficamente pero de gran trascendencia para los flujos internacionales, imagen que es sustentada además con una incesante construcción y mejora de las infraestructuras de comunicación y de transporte.

En este contexto de creciente competitividad, la necesidad de las ciudades de asegurarse un status determinado tiene consecuencias evidentes para el planeamiento y la 'venta de la ciudad' pasa, por tanto, a ser una parte integrante del nuevo planeamiento.

En efecto, en los casos estudiados, las ciudades pasan a ser cada vez más, con una naturalidad que veinte años atrás hubiera sido impensable, tratadas como productos para ser vendidos y el *city marketing* es utilizado como instrumento básico para aumentar la capacidad de atracción del 'producto ciudad' (Ashwortg, G. & Voogd, H. 1991; Kearns, G. & Philo, C. 1993). Ello representa, claro está, un notable giro en la filosofía del planeamiento y de la gestión, que implica la adopción de métodos empresariales de trabajo, más orientados hacia las demandas del mercado. La figura del planificador público, que hasta hace poco era la del regulador de la acción de los entes privados, deja de tener el perfil del vigilante, desempeñando ahora un nuevo papel de promotor del crecimiento.

Es en este contexto, lógicamente, en el que se produce una creciente colaboración entre los sectores público y privado. El poder público deja más libre al sector privado para invertir provechosamente en el espacio urbano y, frecuentemente, hay una clara confluencia de intereses entre el gobierno de la ciudad y los sectores empresariales.

Ejemplos claros son los del proyecto olímpico Barcelona 92, en el que una enorme inversión pública en infraestructura fue acompañada también de un considerable gasto por parte del sector privado, a menudo en proyectos de colaboración con la administración pública, o, más recientemente, las provechosas negociaciones para transformar la región metropolitana de Curitiba en el nuevo polo automovilístico del Brasil.

La gestión de la ciudad como una empresa y la colaboración con el sector privado pasan a caracterizar las maneras de afrontar los problemas urbanos. Al desarrollar métodos y técnicas de planeamiento empresarial, los planes estratégicos de ciudad –mostrados como potencialmente capaces de superar la crisis de legitimación de los planes tradicionales–, son presentados como la nueva panacea para la revitalización urbana<sup>4</sup>. Y es a través precisamente de los mecanismos de la planificación estratégica que los actores privados pasan a tener un papel más explícito en los procesos decisorios de la política urbana, tal como muestra la amplísima participación de los agentes privados locales en el Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 2000 de 1990.

Nuestro punto de vista, y la argumentación principal de nuestra investigación, es que la producción de imagen y la inversión en *city marketing* pueden ser consideradas como: a) un resultado y una estrategia de los procesos de reestructuración urbana; b) un instrumento del nuevo planeamiento urbano; c) un instrumento para la legitimación de los intereses de las coaliciones locales dominantes (Benach 1997:43).

Pensamos que esta argumentación, reforzada por la comparación de los dos casos de estudio aquí presentados, los de Barcelona y Curitiba, tiene un poder explicativo de la centralidad que ejercen las políticas de comunicación en ambos ‘proyectos de ciudad’. Sin embargo, en la gran mayoría de los trabajos que se han hecho sobre los procesos de transformación de Barcelona o Curitiba, dicha centralidad no es del todo visible, a menudo ni siquiera indicada como un elemento explicativo de su éxito. Creemos que ello se debe a la existencia de un con-

4 En este sentido, observamos que diversos gobiernos municipales de América Latina han desarrollado recientemente sus planes estratégicos los cuales, para adquirir mayor legitimidad, han contratado empresas de consultoría internacional, sobre todo de Barcelona.



junto de mitos<sup>5</sup> y estereotipos que, con una notable implicación de los 'media' en su producción y manutención, han construido una especie de fetiche o reificación alrededor de estos proyectos (Sánchez 1997:36- 43).

El pensamiento crítico, creemos, tiene la responsabilidad de ser un instrumento de desmitificación; por eso pensamos que un análisis responsable de estas experiencias de planeamiento urbano exige prestar especial atención a las políticas de promoción de la ciudad y de creación de imágenes. Bajo esta óptica, dichas políticas de comunicación son interpretadas como un poderoso instrumento del nuevo planeamiento, resultante del diseño de nuevas estrategias urbanas, y que son especialmente necesarias. sobre todo, en momentos de profundos procesos de reestructuración económica, social y espacial como el actual.

### **Ciudades-espectáculo: innovación y comunicación**

*A cidade de Curitiba é dona de uma lisonjeira unanimidade nacional. Tida e havida como a capital brasileira de melhor qualidade de vida, é hoje indicada por urbanistas da ONU como uma das três melhores cidades do planeta para se viver, ao lado de Roma e da americana San Francisco.*

(Revista Veja, 08-03-90)

*Welcome to the greatest urban development project in Europe.*  
(valla publicitaria en el aeropuerto de Barcelona en 1990  
firmada por el Ayuntamiento de Barcelona y el Patronato  
de Turismo de la ciudad)

La ciudad de Curitiba ha sido transformada en marca nacional de la calidad de vida urbana. En efecto, allí se ha instaurado plenamente

5 Utilizamos el concepto de mito de Roland Barthes (1989) quien lo entiende como una manera cultural de pensar sobre alguna cosa, una manera de conceptualizarla y de entenderla, cuya función es naturalizar las connotaciones ideológicas dominantes. Llevado a nuestro caso, nos parece designar cada uno de los elementos operadores de la imagen de la ciudad y de la identidad colectiva que naturalizan y deforman la realidad.

en los años 90 un proceso de consolidación de una identidad socio-espacial positiva frente al país, así como también a nivel internacional. No obstante, esta identidad se encuentra asociada al proceso de construcción de la imagen de ‘ciudad modelo’ cuyo marco inicial es el principio de los años 70.

En ese entonces fue implantado el Plan Director de la ciudad que produjo cambios profundos en el tejido urbano, cuyos ejes fueron la determinación de un nuevo diseño de vías estructurales, asociando a ellas un uso del suelo específico –de alta densidad habitacional asociada al uso comercial– y un modelo de transporte colectivo de autobuses expresos –una especie de metro de superficie– que circula, con exclusividad, a lo largo de las vías estructurales.

Ya en la década de los 90, observamos que las transformaciones urbanas dejan de ser estructurales y pasan a ser más fragmentadas, centradas en obras urbanísticas de construcción de parques temáticos, nuevos centros culturales y áreas de ocio como el “Memorial da Cidade” o la “Ópera de Arame”, calles de servicios llamadas “Ruas da Cidadania”, bibliotecas de barrio llamadas “Faróis do Saber”, el Jardín Botánico, la “Universidade do Meio Ambiente”, la “Rua 24 Horas” (una calle de comercio y servicio con horario permanente de atención al público), entre las obras más emblemáticas del período y con mayor presencia en la nueva imagen de la ciudad.

Barcelona, por su parte, ha conocido un profundo proceso de transformación física de la ciudad, ya desde principios de los años 80, gracias al trabajo realizado por el nuevo ayuntamiento democrático, pero de una manera mucho más intensa a raíz de la nominación de la ciudad en 1986 como sede de los Juegos Olímpicos de verano de 1992. La construcción de nuevos espacios públicos ‘de calidad’ en una ciudad que arrastraba importantes déficits históricos, la modernización de sus infraestructuras de movilidad interna y externa, así como las nuevas infraestructuras de comunicación, el diseño de nuevas áreas de centralidad que dinamizaran sectores poco integrados hasta entonces en el tejido urbano central, han sido los principales objetivos de ese proceso de transformación.

La actividad urbanística fue en Barcelona, durante las décadas de los 80 y 90, un síntoma y un auténtico símbolo de revitalización urba-

na. Para ello se utilizaron diversas estrategias para convertir las nuevas realizaciones urbanas en el resultado de un esfuerzo colectivo. Las obras, por ejemplo, fueron presentadas como un auténtico espectáculo<sup>6</sup>, como una oportunidad de participar en esa ‘empresa colectiva’ de revitalización de la ciudad. Los medios de comunicación mostraron incesantemente una actividad frenética que, junto con las dosis adecuadas de suspenso y de catastrofismo que fácilmente pueden añadirse a una transformación urbana profunda en pocos años, se convirtió en un auténtico espectáculo urbano.

Las instituciones y especialmente el gobierno municipal, por su parte, presentaron, como es lógico, las obras como un hecho positivo, como un símbolo de revitalización que llegó a erigirse en un verdadero instrumento de legitimación y de cohesión social. La actividad constructora se identificaba así con el renacimiento urbano, mientras que este impulso, del que se pretendía obtener la adhesión de toda la ciudadanía, aparecía sin protagonistas visibles pese a tratarse, como tantas veces se repetía, de “un momento histórico único”. Junto al espectáculo supuestamente ofrecido por las obras de construcción hay que destacar, sin embargo, las realizaciones del urbanismo barcelonés (o el *nuevo urbanismo* como ha querido llamársele) caracterizado por una política de construcción de nuevos espacios públicos –con la doble pretensión de cubrir déficits heredados y de fomentar la revitalización de áreas urbanas que eran así ‘dignificadas’– que ha obtenido un amplísimo reconocimiento internacional, especialmente desde la corporación de arquitectos pero también desde canales menos especializados, la política de embellecimiento de la ciudad que perseguía fundamentalmente la mejora y la limpieza de fachadas, y las grandes operaciones olímpicas directamente relacionadas con infraestructuras necesarias para la realización de los Juegos Olímpicos del 92.

Precisamente, una de las vertientes de comparación más interesante entre las dos ciudades es el papel clave que pasa a tener el *nuevo urbanismo* en las respectivas políticas urbanas de los años 90 (Be-

6 Un buen ejemplo de ello fue el anuncio que publicó en la prensa el Holding Olímpico en el que sobre el slogan “Contempla el mayor proyecto europeo hoy” aparecía una ilustración que mostraba un paisaje interminable de grúas de construcción (El País 25.07.90).

nach 1997:165; Sánchez 1997:31). En efecto, es posible verificar en ambas algunos trazos comunes: un énfasis en la forma más que en la función, en los proyectos urbanos puntuales más que en los planes generales, buscando mejorar la imagen urbana mediante la creación de nuevos espacios o a través de la revitalización de espacios antiguos.

La fragmentación, la efemeridad, el eclecticismo, la forma antepuesta a la función, “el triunfo de la imagen sobre la substancia” (Harvey 1989:14), son elementos identificables de una estética postmoderna en los nuevos espacios urbanos. La estética del ocio puede también ser vista como ícono de la postmodernidad y la arquitectura adquiere una nueva obligación expresiva en sus marcos urbanos donde la centralidad de la forma es más importante que la efemeridad de los espacios creados (Harvey 1994).

Llevado al extremo, el consumo circunstancial y transitorio de estos espacios, asociado a la incesante llegada de ‘novedades’, transforma algunos de estos espacios en pastiches, *clichés* superficiales de una idea de ciudad.

Notamos que el proyecto de ‘lanzamiento’ de cada nuevo ‘producto’ urbanístico suele ser minuciosamente planificado. El objetivo es precisamente diferenciarlo de otros productos en circulación para conquistar amplia adhesión social. Con evidentes conexiones entre sociedad de consumo y una nueva concepción de ciudadanía, el ciudadano es confundido con el consumidor y, a su vez, la ciudad con el mercado (Sánchez 1997).

Este ritmo de ‘lanzamiento de novedades’, al transformarse en rutina de la ciudad, pasa a hacer parte del imaginario de los ciudadanos, que esperan con ansiedad y reciben con curiosidad las innovaciones, con una aparente aprobación consensual de las mismas. La forma como es presentado cada nuevo espacio, equipamiento o servicio urbano, comunica su carácter: son marcos representativos, espectacularizados, de la *ciudad que nunca deja de innovar*, acompañados, por ejemplo, del slogan: *Curitiba sempre na frente, mais um serviço de Primeiro Mundo para a capital de Primeiro Mundo*. El bombardeo mediático de información sobre las realizaciones, sobre las ‘novedades’ responde precisamente a este objetivo. A su vez, se pretende que las novedades sean inmediatamente conocidas, reconocidas y, si es posible,

aclamadas. Pasqual Maragall, que fuera alcalde de Barcelona desde 1982 hasta 1996, lo señalaba: “Cada vez que se ha abierto un parque, un paseo o una plaza se ha producido en fenómeno espontáneo y entrañable de su inmediata ocupación por la gente” (Maragall 1991a:51), o bien “Con el nuevo clima que hay en Barcelona se ve una predisposición mayor de la gente para lanzarse a la calle, para disfrutar de la ciudad (...) inmediatamente después de que en Barcelona se inaugura un espacio ya está lleno de gente” (Maragall 1991:79).

Efectivamente, la gran vehiculación de las imágenes sintéticas de la ciudad intensifica la idea del socialmente pleno usufructo de los nuevos espacios modernizados e, implícitamente, sugiere la existencia de una vida de clase media para todos los ciudadanos. Para la elaboración de estas síntesis con un poder comunicativo tan grande se trabaja, mediante la articulación de diferentes procesos técnicos y saberes especializados<sup>7</sup>, con la selección simbólica de fragmentos escogidos del paisaje urbano.

Ocurren, de esta manera, procesos de ejemplificación, selección, inclusión y omisión de espacios y de ángulos de las prácticas sociales presentados, así mismo, como legítimas lecturas de la vida urbana colectivamente compartida. Parecen hablar de la ciudad como un todo. La producción de estas síntesis expresivas corresponde a la estrategia de movilización de determinadas energías –sobre todo de los sectores dominantes de la sociedad– para la sustentación de la nueva imagen, con un fuerte impacto en el sentido común, en la memoria social y en las prácticas sociales de uso de los espacios.

Al operar analíticamente en el tejido discursivo y práctico de las imágenes urbanas, nos es posible observar que el lenguaje articulador de símbolos organiza la realidad urbana, es parte de ella: no esconde la materialidad de la ciudad pero la deforma, no es una ‘mentira’ sino una construcción social que, por tanto, organiza *selectivamente* esta realidad.

Entre los ciudadanos y la ciudad están los medios tecnológicos de información y comunicación. Ellos no informan sobre la ciudad, ellos la rehacen a su manera, hiper-realizan la ciudad transformándola en un

7 No referimos a las ciencias de la comunicación, al marketing y sus técnicas de publicidad y a la psicología social.

espectáculo. Este espectáculo ostenta una ciudad sin contradicciones, sin profundidad, una imagen plana, evidente. Las intervenciones urbanísticas parecen significar por ellas propias. De esta forma pensamos que la imagen –mito– es un lenguaje domesticado para ‘cantar loas’ a las intervenciones urbanas, para seducir a los ciudadanos, al contrario de estimular cualquier tipo de acción.

El discurso oficial, en ambos casos, destaca la voluntad de involucrar a los ciudadanos en los proyectos de renovación urbana. De hecho, han creado para la mayoría de la población un sentimiento de orgullo y de pertenencia a la ciudad, pero ese sentimiento genera, más que una participación ciudadana activa, una participación contemplativa de la nueva ciudad. La asistencia al espectáculo crea la ilusión de participación.

Puede parecer que la imagen de las dos ciudades ya está suficientemente consagrada. Sin embargo, cada acto de lenguaje refleja una disputa –difusa y no explícita– por el ejercicio del poder; una disputa por la imposición de un sistema clasificatorio, una lucha por la interpretación hegemónica del espacio. Como muestran diversos autores (Ribero 1994; Canclini 1996), niveles más sofisticados de control de la vida colectiva son cada vez más subsidiados por el marketing moderno. Es así que, para mantener esta lectura dominante de la ciudad, las imágenes necesitan ser periódicamente recicladas incorporando nuevos valores, nuevos íconos espaciales.

El estudio de las imágenes a través del tiempo nos muestra este esfuerzo de reciclaje permanente: en los años 70 Curitiba era la *Ciudad Modelo, la Ciudad Humana*; al final de los 80 pasa a ser la *Capital de la calidad de vida*; al principio de los 90 empieza a afirmarse como la *Capital Ecológica* (Sánchez 1997). Finalmente, ahora, hacia fines de los 90, con la llegada de las nuevas empresas automotrices y con la recalificación tecnológica de la ciudad volcada hacia los servicios e industrias de software y tecnología de punta, ya es posible identificar una relocalización del discurso y de las imágenes: habría una cierta relativización del discurso ambiental con un correlativo pasaje de la *Capital Ecológica* a la *Capital Tecnológica*.

En Barcelona, por su parte, se observa menos una sucesión cuanto una apuesta simultánea en varios frentes en la que cualquiera de

ellos puede ser abandonado o pasar a ocupar el lugar central según el momento. Claro está que Barcelona no puede mostrarse ya más como 'ciudad industrial', pero las alternativas, las apuestas son varias y de desigual amplitud. Barcelona se mostró como una 'ciudad olímpica', es decir, con capacidad de renovación, de organización y de convencer a la comunidad internacional. Posteriormente, sin una oportunidad como la olímpica, ha diversificado sus centros de atención al presentarse bien como un gran centro de consumo (como una 'capital cultural' con intentos como el fallido de alzarse con la capitalidad europea de la cultura para el 2001 o el 2004, o la organización del Forum de las Culturas en el 2004), como una 'ciudad turística', como una 'ciudad de compras' bien como un gran centro de servicios avanzados (como una 'capital logística' del Mediterráneo con capacidad para centralizar el paso y la distribución de mercaderías de la Europa meridional, como un 'centro de ferias y congresos', como un 'centro universitario' con énfasis en la investigación, etc.).

Se trata de promocionar internacionalmente diversos 'productos Barcelona', posicionando adecuadamente la ciudad en el contexto internacional, concentrándose en aquellos sectores en los que puede marcarse una diferencia competitiva. Las incertidumbres son muchas y los cambios se suceden a gran velocidad, así que hay que contar con una notable agilidad para adaptarse y si es posible, anticiparse a los cambios de escenario.

En sintonía con la cultura urbana global y con los nuevos proyectos de reestructuración y desarrollo locales, el lenguaje tiende a incorporar nuevos valores, para rejuvenecerse y mantener su status nacional e internacional. No obstante, esta renovación es cuidadosa, manteniendo algunas matrices consagradas en otros períodos. Como un *collage* en el tiempo, que recupera los elementos móviles de las síntesis anteriores que han contribuido para la conquista del consenso, recurrentemente es transmitida la idea de un *continuum* (Sánchez 1997: 38). Los cambios se apoyan en una línea de continuidad identificable con el tiempo y el espacio, y de esta forma remiten a la conceptualización de ciudad como espacio-tiempo:

*em todos os momentos as formas criadas no passado têm um papel ativo na elaboração do presente e do futuro. A*

*história da cidade é a das suas formas, não como um dado passivo mas como um dado ativo.* (Santos 1996: 72).

La idea reiterada de continuidad histórica de las intervenciones para explicar la ciudad actual, convertida en lugar común en el discurso político y en los medios de comunicación ha sido observada por Benach (1997:298) para el caso de Barcelona. La imagen de una ciudad creciendo al ritmo de grandes empresas colectivas, la idea de una ciudad que históricamente se ha venido desarrollando ‘a saltos (grandes eventos internacionales como la Exposición Universal de 1888, la Exposición Internacional de 1929 y por fin los Juegos Olímpicos de 1992, fueron ocasiones que permitieron aunar la ambición de proyección internacional de la ciudad y la renovación urbana de amplios sectores de la ciudad) ha sido quizá la principal responsable de la legitimación del proyecto de transformación de la ‘Barcelona del 92’, entendiéndolo como tal, el conjunto de transformaciones realizadas desde 1979. En esta idea hay implícito un contenido ideológico que termina reforzando el protagonismo histórico de los principales actores políticos con mayor liderazgo en las últimas décadas: Pasqual Maragall en Barcelona (alcalde de la ciudad desde 1982 hasta que dejó el cargo voluntariamente en 1996 con toda probabilidad para reorientar su carrera política hacia otros niveles de gobierno) y Jaime Lerner en Curitiba, alcalde en tres períodos (1971-1974, 1979-1983, 1989-1992) y actualmente gobernador del Estado de Paraná (1995-1999), ambos intendentes municipales durante largo período.

Efectivamente, Maragall y Lerner han sido transformados por los ‘media’ en personajes casi mitológicos de las ciudades espectáculo. He aquí lo que juzgamos ser una de las claves mitológicas del lenguaje de las ciudades espectáculo: el éxito de las experiencias de reestruc-

---

8 Por ejemplo, a propósito de Lerner:

*Hoje cada rua de Curitiba tem alguma marca da criatividade do Jaime e de sua capacidade de reunir as pessoas em torno de seus projetos. Em Curitiba, muitos dizem que tudo aquilo que o Jaime toca não “vira ouro”, “vira” qualidade de vida.* (Revista IstoÉ, 08-04-92).

*“Luz do criador. Para fazer jus à cidade administrada por um prefeito insone, a Rua 24 Horas alimenta um centro de comércio que não dorme jamais.* (Revista Isto É, 08-04-92)



turación urbana como producto de un conjunto de certeras decisiones técnicas, plenas de racionalidad, alimentadas por una rara preocupación con el bienestar público, decisiones estas cuyo origen subraya, sobretodo, el fuerte liderazgo de apenas un individuo.

Sin embargo, al desvelar los contenidos de estos valores/mitos para proponer otras interpretaciones de los sorprendentes cambios urbanos, no podemos dejar de imponerles límites históricos, reinvertir en ellos la sociedad: a partir de este movimiento de recuperación es posible identificar fundamentales condicionantes políticos, institucionales, económicos y culturales que, articulados, explican la posibilidad histórica de realización de estos “proyectos de ciudad” (Oliveira 1996).

La noción de ‘ciudad espectáculo’ aquí desarrollada, indica la espectacularización de la experiencia urbana (Debord 1992). Verificamos que muchas veces los ciudadanos-consumidores tienen una actitud de revancha, complaciente y, en última instancia, pasiva, frente a la ciudad. El espacio es transformado en escenario donde todo es objeto de consumo estético y contemplativo. En este sentido, es *la ciudad que está en el centro de la escena*, la ciudad sustantivada, la ciudad-sujeto, que en determinadas circunstancias transforma a los propios ciudadanos en sencillos figurantes, actores secundarios de su guión.

### *Barcelona y Curitiba: ¿Ciudades-modelo?*

Tanto Barcelona como Curitiba parecen haber alcanzado el status de ciudades-modelo, ciudades que han logrado un esquema de funcionamiento, un diseño organizativo, una ‘manera de hacer’ que otras ciudades quisieran imitar. Se trata, sobretodo, de la máxima expresión de la presentación de ambas ciudades como ‘ciudades internacionales’, hecho que aparece fundamentalmente en los discursos oficiales que traspasan con extrema facilidad a los periodísticos e incluso los académicos. El hecho de aparecer ya de facto como ciudades-modelo es el premio máximo al que aspiraban, el reconocimiento definitivo a nivel internacional de sus estrategias de ciudades. Conseguida ya la admiración y el reconocimiento, se trata de cubrir la distancia entre la admiración y la emulación. Es distinto para el prestigio internacional de la ciudad ser simplemente admirada y reconocida que ser imitada o incluso que hayan peticiones para comprar su ‘know how’, para importar su experiencia.

El ‘modelo Barcelona’ ha encontrado diversos ámbitos para lanzarse al mercado internacional: modelo de urbanismo, modelo de planificación estratégica, modelo de liderazgo de redes internacionales, modelo en la capacidad de organizar mega-eventos como los Juegos Olímpicos... Ninguna oportunidad ha sido desaprovechada por parte del gobierno local y por parte de los medios de comunicación para recalcar cómo Barcelona está siendo imitada en todas partes. Los casos de Berlín o Lisboa han sido presentados, por ejemplo, como muestras del triunfo de Barcelona en el campo urbanístico. Aún más, no sólo se trata de ocasiones para insuflar orgullo a la ciudadanía o para rentabilizar políticamente los logros, se trata, más llanamente y en esta ocasión muy literalmente, de ‘vender’ el modelo, de exportarlo a otras ciudades<sup>9</sup>.

Curitiba, por su parte, ya en los años 70, durante el período de gobierno militar, fue elegida ‘ciudad modelo’ por las instancias centrales, por llevar a cabo una modernización urbanística que traducía a nivel local un modelo de planificación tecnocrática pretendido para los demás centros urbanos del país. Desde entonces, la cristalización de la imagen de ciudad modelo le ha otorgado a la administración municipal el papel de exportadora de tecnologías urbanísticas, ya sea en el ámbito de los transportes urbanos, del diseño de espacios públicos o, más recientemente, de la gestión urbana ambientalmente sostenible. De hecho, en todo Brasil diversas municipalidades intentan copiar las soluciones urbanas de Curitiba e internacionalmente periódicos especializados afirman que cualquier ciudad podrá ser como Curitiba un día, desde que sean adoptadas las soluciones allí implantadas.

Quiere recalcar aquí que el status de ciudad-modelo cuenta ciertamente en los casos de Barcelona y de Curitiba con algunos elementos que lo sustentan. Sin embargo, ese intangible que es la ‘ciudad-modelo’, una imagen construida, no es sino una estrategia más en la construcción de una imagen de ciudad internacional que, a su vez, es

---

9 Veáse, por ejemplo, la publicación de un resumen de la “experiencia barcelonesa” titulado precisamente *Barcelona. Un modelo de transformación urbana 1980-1995*. Quito: PGU-LAC, Banco Mundial, 1995, destinado a las ciudades latinoamericanas donde se exponen los rasgos definidores de la política municipal (las “lecciones” como las califica P. Maragall en el prólogo) en los campos de las transformaciones urbanísticas, económicas, sociales y político-administrativas.

por sí misma una estrategia de internacionalidad. Precisamente, a causa de la necesidad ineludible de internacionalización, de obtener un papel destacado en el mercado mundial de localizaciones, la internacionalización descansa en buena parte, en representaciones y en imágenes de internacionalidad más que en hechos; a menudo se confunde la aspiración o el objetivo con la misma realidad (Bonneville 1990:1). Esta confusión es especialmente interesante, ya que muestra una vez más cómo la imagen es parte fundamental para que, efectivamente, acabe por convertirse en realidad, una muestra de cómo las representaciones del espacio tienen capacidad efectiva de afectar las prácticas espaciales, y, en definitiva, de la relevancia de estudiar también las primeras.

Ser llamados por otros 'ciudad-modelo' no sería, efectivamente, ninguna prueba de éxito a menos que el reconocimiento internacional por sí mismo ya constituya un objetivo. Un reconocimiento internacional que contribuye indudablemente a mejorar la situación de la ciudad en ese contexto de creciente competitividad y, que a la vez, proporciona un elemento decisivo para fomentar la adhesión al proyecto de ciudad. Efectivamente, el status de ciudad-modelo, como máxima expresión del reconocimiento internacional, tiene un contenido legitimador indudable. Todo lo realizado en la ciudad que pueda identificarse con su proyección internacional contribuye en gran manera a facilitar su aceptación por parte de la ciudadanía. La opinión del extranjero llega así a convertirse en la medida de la bondad de los proyectos<sup>10</sup>. Se trata, en definitiva, de proporcionar una lectura positiva más de las transformaciones y, esta vez, por parte de un juez supuestamente 'imparcial' y 'calificado'. Los cambios estructurales necesarios para adaptar las ciudades a las nuevas necesidades del contexto internacional requieren de enormes costos que, al ser asumidos por las administraciones públicas, devienen socializados. La relación entre justicia social y revitalización urbana pasa así a ocupar el centro de la argumentación.

---

10 Como ejemplo está el caso de una exposición del urbanismo curitibano en Nueva York, durante la cual fue puesta en circulación una línea de autobús urbano llamada "ligeirinho" con sus respectivas estaciones tubo, de diseño futurista. La paradoja es que la prensa, en Curitiba, señalaba este hecho diciendo que "agora também o Primeiro Mundo copia as idéias curitibanas", dando a entender que el sistema de transporte curitibano empezaría a circular definitivamente en Manhattan. El "ligeirinho" también fue llevado a Estambul. Habitat II, 1996.

Es así como se explica el esfuerzo por difundir la ideología del crecimiento más allá de las coaliciones dirigentes, generando un fuerte sentimiento de pertenencia a la ciudad, creado y potenciado por una producción de imagen que actúa como un refuerzo de la cohesión social.

## **Comunicación ciudadana y construcción del consenso**

*Cada curitibano se transformou em verdadeiro urbanista a recitar e defender a série de projetos que resultaram no nosso sucesso (...). Os curitibanos são altamente receptivos a cada inovação urbana respondendo positivamente, e sobretudo usando adequadamente os espaços .(Revista Isto é, 08-02-92)*

La participación ciudadana, el sentido de pertenencia a la ciudad, la adhesión a los nuevos proyectos o servicios ofrecidos, el elevado grado de aceptación y aprobación pública de los 'proyectos de ciudad' y, sobre todo, la unanimidad que estos proyectos han logrado, son elementos reiteradamente presentados por el lenguaje oficial, por el discurso hegemónico, para mostrar algunos de los resultados exitosos de los procesos de renovación urbana de Barcelona y de Curitiba.

Sin embargo, tal vez sea conveniente detenerse en la naturaleza de esta 'amplia participación': ¿Se trata de una participación efectiva o representada, pasiva o activa, legitimadora o transformadora de los proyectos oficiales? ¿El grado de consenso alcanzado no tiene fisuras importantes o es que no son suficientemente visibles para el ciudadano, ni siquiera para el estudioso de la ciudad? Tal vez estas cuestiones sean en buena parte irrelevantes para los objetivos de las políticas urbanas en curso, pero se trata, sin duda, de preguntas centrales para quienes reivindican la necesidad de descodificar estos proyectos de revitalización urbana.

Al interpretar la producción de imágenes y las políticas de *city marketing* como instrumentos de legitimación y de cohesión social, no estamos sino situando la influencia de los *media* sobre la experiencia y la percepción del espacio (Burgess; Gold 1985). Pensamos que estos ejercen un creciente dominio sobre la vida colectiva de las ciudades, lo

que está impidiendo el ensanchamiento de los foros de debate sobre las grandes inversiones que hoy están transformando el paisaje urbano.

Los medios de comunicación e información que, en los casos analizados, han sido intensamente utilizados como vehículos constructores de determinadas lecturas de la ciudad, intervienen decisivamente en la creación de valores culturales y de representaciones sociales que, a su vez, promueven determinados comportamientos y formas de utilización de los espacios públicos (Sánchez 1997:66-68). Ante el poder persuasivo de los medios, podemos hablar de la existencia de una colonización de la esfera cultural y social, al crear la ilusión de objetividad, en cuanto a la aceptación de valores culturales, políticos y morales de los grupos dominantes frente a los subordinados, asimilados por estos últimos como el orden 'natural' o sentido común.

Desde nuestro punto de vista, la comunicación social ha sido uno de los elementos centrales de los proyectos de reestructuración urbana y ha jugado un papel fundamental en la búsqueda del necesario consenso social alrededor de estos proyectos hegemónicos, mejorando su efectividad, especialmente por tratarse de períodos de cambios profundos y muy rápidos.

De este modo, la política urbana utiliza poderosos aparatos de comunicación tanto a nivel local como en redes internacionales<sup>11</sup> para conseguir sus objetivos de revitalización o, para utilizar un término menos contagiado del discurso hegemónico, de reestructuración económico-espacial. En este sentido, presentarse como ciudades competitivas en el mercado mundial de localizaciones requiere, también, disponer de una presentación que sea muy atractiva, capaz de transmitir las virtudes del producto ofrecido que, en este caso, es la misma ciudad.

En el caso de Barcelona, observamos que los ciudadanos se sienten partícipes y beneficiados por estas políticas, no obstante, asisten a un espectáculo de transformaciones al cual son invitados en lugar apa-

11 La imagen de Curitiba fue transformada de teatro o "escenario de encuentro" –síntesis de la década de los 70- en espectáculo multimedia en los años 90, cuya audiencia privilegiada no se encuentra solo entre los habitantes locales, sino en el país y en el mundo entero (Sánchez 1997:43). Los casos de Curitiba y de Barcelona muestran cómo cada nueva realización urbanística se convierte en una acción y una comunicación simbólicas para el mundo.

rentemente preferencial, pero que no resulta ser sino una parte del escenario (Benach 1997:432). En Curitiba, al discutir esta ciudadanía representada en la ciudad espectáculo, nos referimos a los ciudadanos que contemplan la ciudad modernizada como los “figurantes de un gran anuncio de *griffe* urbanística” (Sánchez 1997:44).

Efectivamente, muchas inversiones, públicas y privadas, concentradas territorial y socialmente, que podrían generar conflictos por la distribución de recursos, son presentadas como “a la larga, beneficiosas para todos”. La identificación entre los ciudadanos y ‘la imagen de marca’ de su ciudad les ha llevado a aceptar con mayor facilidad los trastornos o sacrificios en su vida cotidiana, a pesar de que en muchos casos sea posible identificar los costos sociales derivados de las remodelaciones urbanas<sup>12</sup>, lo que permitiría llegar a caracterizar una modernización excluyente.

Junto a los que de una u otra manera se benefician de los efectos de la reestructuración urbana y, por lo tanto, están interesados en promoverla, hay un amplio sector de la población que no participa directamente de estos beneficios pero que, sin embargo, tendrá que asumir sus costos. La producción de imagen actúa así como un instrumento de legitimación de la reestructuración urbana para aquellos que no son directamente beneficiados sino a través de una hipotética ‘gota de aceite’ que a la larga acabaría por extender a todos lo que hoy es bueno para algunos. Es más, ya no se trata de crear una esperanza futura, sino de mostrar los efectos positivos inmediatos para todos los ciudadanos a través de la creación de sentimientos de pertenencia a una ciudad que mejora, en la cual es un privilegio vivir. Así, por ejemplo, la cohesión social ha sido reforzada en Barcelona a través del uso de slogans como “Barcelona ha guanyat” (Barcelona ha ganado) o un intraducible “Barcelona més que mai” (Barcelona más que nunca), o para el caso de Curitiba, con la reciente llegada de grandes empresas automotrices, los slogans como “ganharam todos os paranaenses (...) ganha quem faz deste Estado o gigante que é, VOCÊ, paranaense”. Tam-

---

12 Hablamos, por ejemplo, de la renovación de barrios que está implicando la expulsión de parte de su población original, o del aumento del costo de la vivienda urbana provocada por procesos de repentina revalorización que conducen a una transformación sustancial de la composición social de los habitantes de la ciudad.

bien el siguiente fragmento publicitario para la televisión es bastante significativo:

*Esse é o terreno onde a Audi vai montar sua fábrica de automóveis no Paraná, bem perto do lugar onde vai ficar a padaria do Seu Jonas, a favorita dos futuros empregados da fábrica. Com o dinheiro da padaria, seu Jonas vai poder, finalmente, fazer a casa que sempre sonhou. Construindo para o Seu Jonas, Seu João vai abrir uma oficina com o cunhado, Jeremias. Graças ao movimento da oficina, Jeremias vai fazer uma poupança e abrir uma confecção com sua mulher, Dona Lourdes, e com o dinheiro da confecção Dona Lourdes vai pagar os estudos do seu filho, Nequinho, que vai se formar em Medicina e daqui a alguns anos vai comprar um AUDI...*

*Feito aqui mesmo, no Paraná*

(Governo do Paraná. A transformação que a gente vê.)

Hemos podido observar que otro recurso que interviene en la producción mitificada de la imagen de las dos ciudades es la transformación de la ciudad en sujeto. En los fragmentos publicitarios son las mismas ciudades quienes hablan: “Barcelona ha ganado”, “Barcelona se pone guapa”, “Curitiba espera chegar ao próximo milênio como a cidade de melhor qualidade de vida do Brasil”. Este recurso discursivo permite obviar los verdaderos agentes sociales interesados en los proyectos urbanos y contribuye a la dilusión de posibles resistencias: ¿Cómo sería posible manifestarse contra un sujeto tan grande y tan absoluto como ‘la ciudad’? Incluso, ¿es que las escasas críticas aparecidas (o las pocas que han sido visibles en algún grado) pueden ser oídas ante una realidad que no parece dejar siquiera un resquicio para la oposición?

El notable grado que observamos de identificación de los ciudadanos con su ciudad, que era uno de los objetivos explícitos de las imágenes producidas, tiene como consecuencia la de evitar cualquier posibilidad de crítica. Aún más, pensamos que los recursos del lenguaje en la comunicación ciudadana y la dimensión de los agentes económicos involucrados distancian al ciudadano de la tarea de elaboración del futuro colectivo.

De hecho, las políticas de comunicación social han tenido el efecto de producir en la población la sensación de vivir en un medio privilegiado<sup>13</sup> lo cual, llevado a su límite ha puesto de manifiesto en algunos momentos un sentimiento ufanista de los ciudadanos con su ciudad. Como ha mostrado (Harvey 1989:14), la producción orquestada de la imagen urbana crea un sentimiento de solidaridad social, sentido cívico y lealtad hacia el lugar, pero también conlleva un conjunto de poderosos mecanismos de control social.

Por otro lado, el aumento del atractivo de la ciudad, objetivo perseguido por la imagen de 'renacimiento urbano' sobre los mercados exteriores, actúa, sobre todo, a través de la idea de calidad de vida, reforzada por la imagen de consenso social que proporciona la legitimación del proyecto hegemónico para la población en general.

Esta idea del consenso ciudadano o, en otras palabras, de la sustentabilidad social del proyecto, no tiene solo la función de ser un cemento social indispensable a nivel local. Pasa a ser también un elemento de medida en el mercado externo de la capacidad de actuación y del grado de confianza que merecen las élites locales para viabilizar futuras inversiones, un elemento más de atractivo locacional. En este sentido, los *media* inciden, especialmente, mediante noticias de optimismo económico, de armonía social, de calidad ambiental y de cooperación gubernamental con la iniciativa privada, sugiriendo un medio propicio para las inversiones:

*Curitiba dá boas vindas à Renault. E aproveita para sinalizar: quando o país caminha na direção certa, a confiança vem em velocidade acelerada.* (Folha de São Paulo, 29-03-96).

La necesidad de transmitir la existencia de una atmósfera propicia a los negocios queda bien explícita en Barcelona donde el municipio publica una revista, en catalán, español e inglés dirigida al mundo empresarial catalán, español e internacional con el significativo nombre de *Barcelona, Buenas Noticias*, con la finalidad de dar a conocer hechos económicos exclusivamente positivos tales como empresas extranjeras

13 En algunas ocasiones, de manera insólitamente explícita como en un video de promoción de las transformaciones de Barcelona protagonizado por una pareja formada por chica barcelonesa y novio extranjero, el cual, después de ver las realizaciones urbanas de Barcelona, exclamaba: "Do you realize how lucky you are to live in Barcelona?" (L. Pomés: *Barcelona, una passió*, 1992).



que invierten en Barcelona, empresas barcelonesas que se implantan en el exterior, nuevas infraestructuras logísticas, mejoras urbanísticas o resultados del año turístico.

Además del refuerzo de la cohesión social y la construcción del consenso, la comunicación ciudadana, como elemento clave de la administración y gestión urbana, se ocupa sobre todo de fomentar determinados elementos de los siguientes temas:

- a) La transformación de la ciudad: los espacios públicos son tratados como lugares emblemáticos del nuevo diseño urbano a la vez que se insiste en su carácter de equipamientos urbanos y de mejora para los barrios. Algunos ejemplos son, en Curitiba, los nuevos parques temáticos, las “Ruas da Cidadania”<sup>14</sup> o los centros culturales como el “Memorial da Cidade”. En Barcelona, habría que destacar la publicidad referente a los nuevos espacios públicos, especialmente los que afectan a la renovación de Ciutat Vella<sup>15</sup> y las obras olímpicas, convertidas en auténticos símbolos del proceso de revitalización. También han formado parte de este eje temático las campañas para el embellecimiento de la ciudad con el slogan “Barcelona, posa’t guapa” que pretende promocionar la restauración de edificios, especialmente en lo tocante a la limpieza de fachadas o, en Curitiba, la campaña “Curitiba de todas as cores” que también tenía como objetivo el estímulo de los comerciantes del centro antiguo para preservar y pintar sus fachadas.
- b) Los servicios al ciudadano: se trata de material publicitario de sentido informativo sobre nuevos servicios ofrecidos, reforzando a la vez la imagen de mejora de calidad de vida, o de campañas educativas para involucrar a la población en los nuevos proyectos ambientales. En Barcelona se encuentran ejemplos como los que dan a conocer las facilidades para realizar trámites burocráticos o los que pretenden educar a la población en el uso de los contene-

14 Las “Ruas da Cidadania” son galerías localizadas en los diferentes barrios, que reúnen equipamientos deportivos, de ocio, además de oficinas de servicios al ciudadano. Tienen un mismo lenguaje arquitectónico para toda la ciudad y por su carácter arquitectónico y su localización estratégica y accesible, forman parte de los nuevos espacios urbanos.

15 Sector que ha protagonizado un insistente esfuerzo publicitario al tratarse de un área de potencial conflictividad social.

dores de basuras o en el comportamiento de los perros en la calle. En Curitiba, la campaña “Lixo que não é lixo”<sup>16</sup> con el objetivo didáctico de enseñar a clasificar la basura urbana y co-responsabilizar a todos por el éxito de la iniciativa; también, asociada a esta última, la campaña “Câmbio Verde” orientada hacia barrios de bajos recursos, donde la población es estimulada a ‘cambiar’ kilos de basura reciclable por hortalizas y verduras.

- c) La creación de solidaridad ciudadana: se trata de campañas orientadas hacia temas de salud, de educación y de colaboración para la corrección de las desigualdades sociales. En Barcelona, por ejemplo, se lanzó la campaña “Barcelona somos todos” con lemas como “Barcelona solidaria”, “Barcelona educadora” o “Barcelona saludable”, cuyo objetivo eran “todos aquellos ciudadanos que están en situaciones desfavorables”. Puede observarse, sin embargo, un matiz diferencial entre Barcelona y Curitiba en lo que respecta a este eje temático: mientras el Ayuntamiento de Barcelona, gobernado por el Partido Socialista desde 1979, invierte en algunas campañas con fondo social, la Prefeitura de Curitiba, cuando lo hace, aplica una óptica más asistencialista o de beneficencia, como consecuencia, sin duda, de la diferente situación económica y social de las dos ciudades.

## Algunas consideraciones finales

*Comunicar es persuadir al aplicar una correlación de fuerzas en la cual los elementos activos tienen las de ganar y los elementos pasivos las de perder. Los agentes de comunicación son propietarios de los medios y de los códigos. A los receptores les falta el control de los medios y muy pocos tienen el instrumental indispensable para descodificar. (Vázquez Montalbán 1989).*

El análisis que hasta aquí se ha ofrecido ha pretendido mostrar el alcance y el papel estratégico desempeñado por la producción de imá-

16 Esta campaña es una de las responsables en buena parte de los premios internacionales que ha obtenido la administración municipal, y siempre fue asociada a la imagen de “Ciudad Ecológica” de los años 90.

genes de la ciudad en las políticas urbanas que buscan facilitar o estimular los procesos de reestructuración urbana. Nuestra propuesta ha sido la de analizar el substrato de las nuevas formas de planeamiento, el marco general donde se despliegan las nuevas políticas urbanas que se apoyan en buena parte en el diseño, producción y utilización de imágenes para conseguir sus objetivos.

Buscando construir un discurso crítico, desmarcado de los discursos hegemónicos oficiales que tan fácilmente traspasan al ámbito académico, hemos necesitado, sin embargo, deconstruir antes de construir: ante el riesgo de tener que utilizar los mismos instrumentos, las mismas armas que se critican, hemos optado por descomponer el discurso hegemónico para dejar a la luz precisamente eso, su carácter hegemónico que no es lo mismo, claro está, que único. Sabemos que la hegemonía cultural permite siempre un cierto grado más o menos latente de resistencia siempre y cuando esta no afecte su esencia; la producción de imagen es por ello un proceso dinámico que incorpora todo lo incorporable, y lo que no puede ser asumido, simplemente pasa a ocupar el sitio de invisible (que no deberíamos confundir con inexistente).

Nuestra contribución ha pretendido decodificar algunas de las imágenes utilizadas, entender los mensajes implícitos, las 'entrelíneas'. Cuanto menos, pretendemos alertar sobre la necesidad de utilizar críticamente las imágenes de la ciudad en circulación, de tomar conciencia de que se trata precisamente de esto: imágenes de la ciudad que han sido producidas por los agentes hegemónicos. Anestesiados por las imágenes dominantes, protegidos bajo la cultura del 'sentido común', acostumbrados a leer la ciudad bajo el prisma del lenguaje oficial, es imposible comprender la transformación de la ciudad, ni siquiera nuestro papel cotidiano en la vida urbana, de forma crítica e independiente. Sin embargo, antes que construir un discurso alternativo preferimos seguir el camino, quizá más modesto, de hurgar en los mensajes y en los significados a los que cotidianamente nos vemos expuestos.

El objetivo a largo plazo bien lo merece: que muchas voces puedan discutir y formular proyectos para los espacios de la vida colectiva, inscribiendo en estos espacios memorias y repertorios culturales propios, que la vida urbana sea un concierto de 'notas disonantes', no solo un sonido monocorde que puede acabar por atontarnos. La ciudad

necesita múltiples lecturas pero, mientras tanto, debemos estar preparados para decodificar, debemos contar con los instrumentos necesarios para resistir al discurso hegemónico, decodificarlo críticamente. Descifrar los procesos de comunicación es esencial, nos parece, para la socialización de oportunidades y, por lo tanto, para la concepción de escenarios diversos para el futuro, que amplíen las exigencias de la sociedad y que garanticen su presencia activa en el control de los destinos de las ciudades.

## Referencias Bibliográficas

Ashworth, Gregory; Henk Voogd

1991 *Selling the City: marketing approaches in public sector urban planning*, London and New York: Belhaven Press.

1988 Marketing the city. Concepts, processes and Dutch applications. *Town Planning Review* 59(1): 65-79.

Barthes, Roland

1989 *Mitologías*, Río de Janeiro: Bertrand Brasil.

Benach, Nuria

1997 *Ciutat i Producció d'imatge: Barcelona 1979-1992*, Tesis Doctoral, Departamento de Geografía Humana, Universitat de Barcelona.

Bonneville, M.

1990 *Villes internationales ou villes internationalisées? Reflexions pour elucidar un paradigme flou*. La dimensión internacional de las ciudades, Valencia: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Burgess, J. and J. R. Gold, Eds.

1985 *Geography, the Media & Popular Culture*. London: Croom Helm.

Canelini, Néstor García

1996 *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, Río de Janeiro: Editora UFRJ.

Cooke, P.

- 1990 Modern urban theory in question. *Transactions Institute of British Geographers* N.S.(15): 331-343.

Debord, Guy

- 1992 *La Societé du Spectacle*, Paris: Gallimard.

Harvey, David

- 1989 From managerialism to entrepreneurialism: The tranformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler* 71B(1): 3-17.
- 1993 From space to place and back again: reflections on the conditions of postmodernity. In Bird, J. et al: *Mapping the future: local cultures, global change*, London: Routledge, pp.3-29.
- 1994 *Condição Pós-Moderna*, São Paulo: Edições Loyola.

Kearns, Gerry & Philo, Chris

- 1993 *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*, Oxford: Pergamon Press.

Lefébvre, Henri

- 1974 *La production de l'espace*, Paris: Anthropos.

Maragall, P.

- 1991a *Barcelona, la ciutat retrobada*. Barcelona: Edicions 62.
- 1991 *L'estat de la ciutat 1983-1990. Discursos de balanç d'any de Pasqual Maragall i Mira, Alcalde de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Oliveira, Dennison

- 1995 A política do Planejamento Urbano: o caso de Curitiba, Tese de Doutorado, Departamento de Ciências Sociais, IFCH, Universidade de Campinas – UNICAMP.

Ribeiro, Ana Clara T.

- 1994 Imaginação e Metrópole: as ofertas paradigmáticas do Rio de Janeiro e de São Paulo. In: *Cidade e Imaginação*, PROURB/UFRJ.

Sánchez, Fernanda

- 1997 *Cidade Espetáculo: Política, Planejamento e City Marketing*, Curitiba: Palavra.

Santos, Milton

- 1996 *Técnica Espaço Tempo. Globalização e meio técnico-científico informacional*, São Paulo: Hucitec.

Soja, Edward

- 1993 *Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Vázquez Montalbán, M.

- 1989 La paraula lliure a la ciutat lliure. *Barcelona, metròpolis mediterrània*(13): 130-131.

## Comentario

*María Arboleda*

Me corresponde compartir con ustedes una reflexión sobre la novedosa e inquietante ponencia presentada por Fernanda Sánchez<sup>1</sup>.

Ya que en su ponencia el ex-alcalde de Bogotá Antanas Mockus presenta una serie de propuestas, experiencias y lecciones sobre el rol pedagógico de la comunicación y las imágenes urbanas –en relación con la construcción de identidad, responsabilidad y ciudadanía desde un gobierno local– no entraré en este tema.

Explicaré lo que será mi comentario.

El mundo actual vive relocalizado no solo material sino también simbólicamente, desde la esfera de la producción que fuera la dominante décadas atrás, hacia la esfera de la circulación que es ahora la hegemónica. A un fenómeno situado en esta esfera, a la conversión de las ciudades en mercancías, en productos para el mercado, alude lo medular de la ponencia de Sánchez- Benach. Por ello quiero recordar con ustedes la conocida afirmación de Marx que establece que en el ‘producto-mercancía’ desaparecen todas las características concretas del proceso y de los actores que intervinieron en su fabricación.

---

1 Voy a hacerlo apoyándome en los urbanistas Rem Koolhaas, Richard Ingersoll y Carlos Sambricio y en el teórico de la comunicación, Armando Matterlart, en su último libro “La Invención de la Comunicación”. Rem Koolhaas, ¿Qué fue del Urbanismo?, págs. 5-10, Revista de Occidente No. 185, 1996. Richard Ingersoll, Tres tesis sobre la Ciudad, págs. 11-44, Revista de Occidente, No. 185, 1996. Carlos Sambricio, De Metrópolis a Blade Runner, op. cit., págs. 45-62. Armand Matterlart, La Invención de la Comunicación, Siglo XXI Editores, 1995.

La mercancía, en tanto producto terminado, no permite apreciar cómo fue fabricada, se 'come' su historia, su génesis. Sólo mirar esta génesis, decía Marx, permite descubrir los sistemas sociales, económicos y culturales, el poder, las jerarquías, los juegos de intereses que intervinieron para producirla.

La producción de imágenes de marketing en torno a las ciudades mostrada por Sánchez y Benach expresa bien lo que sucede con las mercancías (incluyendo las ciudades) en la esfera de la circulación, donde se enfrentan unas a otras desnudas de pasado, lo que hace parte de lo que Marx llamó la 'alienación' de la mercancía. Así, en la esfera de la circulación, Barcelona se volvió equivalente a Curitiba.

Mi comentario se basará en la necesidad de remontar la corriente, mirar la génesis de estos productos-ciudad, analizar las formas histórico-sociales en que se fabricaron, la forma en que su valor de uso, su valor agregado fue producido por sus gobiernos locales, con o sin sus instituciones, sus actores, sus ciudadanos y ciudadanas para matizar la reflexión sobre las preguntas fundamentales que la propia potencia nos plantea.

Esto ciertamente pone en la mesa también un asunto metodológico para la investigación que solo dejaré apuntado, y que consiste en la necesidad de incorporar esta diferencia, el flujo del devenir de cada ciudad, para poder evaluar de mejor modo el marketing de ambas ciudades. Como se verá, ello nos pondrá de cara al juego de poder presente en las ciudades, ante los modos de ejercicio de las ciudadanías, ante las maneras de decidir o co-decidir el destino colectivo.

La segunda parte del comentario rebasa el caso de las dos ciudades y recogiendo las preguntas planteadas por Sánchez-Benach, se refiere a lo que parecería ser el colapso de una aspiración de fin de siglo: la aspiración de fortalecer la función primordial de las ciudades como hábitat humano, de poner el acento en los ciudadanos y ciudadanas, de construir un rol de civitas, de polis, de urbs, que viene siendo por algunos años el sueño y la apuesta política globalizada de muchos habitantes de ciudades, nosotros.

Y bien, haciendo una síntesis en virtud del escaso tiempo que tenemos, entremos al tema. Aunque no las conozco sino de 'leídas' (lo cual provocará con seguridad muchos vacíos) creo que no me equivo-



co al afirmar que Barcelona y Curitiba tienen dos historias, dos procesos genéticos particulares.

Barcelona es capital de Catalunya. La historia nos informa que la catalana es una sociedad que ha estado por casi dos siglos preocupada y haciendo vanguardia en asuntos culturales, sociales y en urbanismo. El famoso urbanista e historiador estadounidense Richard Ingersoll, cuenta que la palabra 'urbanización' fue usada por primera vez en 1850 por el ingeniero catalán Ildefonso Cerdá para expresar el concepto de una nueva ciudad basada en el transporte y la comunicación. La obra de Cerdá, hoy reconocida como pionera, reunió una preocupación por los asuntos sociales, la estética, la aspiración positiva del 'plan urbano' y el estímulo de la modernidad para las ciudades.

En 1859, cuando la Revolución Industrial había provocado, al mismo tiempo, el crecimiento y el agravamiento de las condiciones de vida en las ciudades y cuando las ciudades habían resignado sus competencias urbanas en favor de los empresarios que planificaban dejando de lado a los habitantes menos favorecidos, Cerdá fue autor del "Plan de Ensanche de Barcelona" que proponía "localizar servicios colectivos distribuidos por toda la ciudad" (de Terán, F. 1982). Una concepción notablemente contemporánea.

En las décadas del 20 y del 30, la discusión sobre el tema urbano hizo parte de la vida cultural de Cataluña. En 1930, Le Corbusier –a la vanguardia con su teoría de la ciudad funcional– recibió el patrocinio de la Generalitat de Cataluña para diseñar un Plan para Barcelona que se conoció como el Plan Maciá y que no se aplicó por el advenimiento de la Guerra Civil Española y la dictadura de Franco.

Hace 22 años, en 1977, España retornó a la democracia y vivió una reactivación de la ciudadanía. Como parte de ello, algunos planes urbanos se abrieron a la participación de los vecinos. El ayuntamiento socialista de Barcelona invitó a la participación e integró en sus equipos técnicos a profesionales con alta motivación social y a favor de la equidad. Algunos de ellos eran 'retornados': personas que salieron de España por persecución política y que se vincularon a procesos de transformación social y política en diversos países de la América hispana.

Barcelona puso en marcha un programa de renovación y cambio que integró los deseos, las necesidades y las visiones de amplios colectivos ciudadanos. La ponencia alude al intenso pasado industrial de la ciudad y allí vale la pena recuperar la existencia de actores sociales críticos y personalizados –recordemos a modo de ejemplo la historia de los famosos sindicatos y del anarquismo catalán– que dieron un rostro aguerrido, libertario y solidario a Barcelona.

Pienso que esta particular configuración de actores sociales no ha podido dejar de expresarse en el programa de gobierno de Barcelona, más allá incluso de las usuales mediaciones y ‘engullimientos’ en que incurre el poder, todos los poderes.

Una continuada adhesión a valores y principios civilizadores caracteriza a estos actores de la ciudad. Continuum que establece un marco cualitativo diferencial a los procesos urbanos que se viven en la ciudad desde 1977. La ponencia reconoce y cito: "la amplísima participación de los agentes privados locales en el Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona en 1990", el "amplio consenso institucional y ciudadano para situar a la ciudad en un contexto internacional de creciente globalización y competitividad entre ciudades" y el hecho de que en Barcelona la gente se siente participe de un proceso, aunque sostenga críticas contra el mismo. Hay un piso de ciudadanía en Barcelona que marca una clara diferencia con Curitiba, donde si creo que resulta real el fenómeno que las autoras califican como la ‘ciudadanía contemplativa’.

Los logros en calidad de vida y ejercicio de ciudadanía de Barcelona han sido difundidos como ejemplares en muchos lugares del mundo<sup>2</sup>. Barcelona se convirtió en un lugar donde la función civilizadora de la civitas, la ciudad, parecía estar siendo recuperada. En la medida de su propio horizonte y correlación de fuerzas, es cierto, pero ¿de qué otro modo es posible este tipo de procesos de articulación democrática sino en base de continuados y nuevos horizontes que critican los anteriores?

2 No diluir esta diferencia es relevante para los ciudadanos y las ciudades de nuestros países. Perderla puede significar alentar el pesimismo y el descrédito ante cualquier esfuerzo de democratización en marcha. Alentar la indiferencia ciudadana. Esto puede sonar a una petición de ética, pero siendo también así, es en realidad primero una petición política.

La preocupación por los desposeídos ha sido una constante en estos 22 años en Barcelona. Ingersoll, al comparar los resultados de las administraciones –ambas socialistas– de Barcelona y Lille (Lille también compitiendo para atraer el capital internacional) afirma: "En Barcelona ha habido un evidente esfuerzo por garantizar que cada inversión en infraestructura fuese también una inversión social, a diferencia de Lille donde –en una actitud más pragmática, americana casi– la provisión de infraestructura es vista como un estímulo para posteriores inversiones económicas".

Un último ejemplo de este esfuerzo es el Plan de Renovación de Barcelona ejecutado para los Juegos Olímpicos de 1992. El Plan se convirtió en "una magnífica excepción al tipo de desarrollo que la mayoría de ciudades están tratando de poner en marcha" (Ingersoll otra vez). Y ello por "los aspectos sociales de los campos de deportes, de los parques, las escuelas y viviendas que Barcelona fue capaz de integrar en los proyectos de modernas infraestructuras". (Ingersoll, op. cit.).

Dos principios aplicados en Barcelona tienen importancia aquí: el estímulo a la apropiación de la ciudad por sus habitantes, al fortalecimiento de la identidad cívica, al sentido de pertenencia y a la participación. Y la opción por la provisión de servicios de calidad y belleza para los pobres. Así tan grosero como suena. Barcelona creó referentes de centralidad, de identidad y de pertenencia en los núcleos de marginalidad donde no existían casco histórico ni referencias ni memoria urbanas. Creo que es preciso valorar lo que significa construir una opción democrática, calidad de vida, planes de equidad social, cultural, económica así como sustentabilidad ecológica y participación urbanas, todo al mismo tiempo.

Curitiba en cambio, según hemos leído<sup>3</sup>, es en cambio el resultado afortunado de la propuesta urbanística de un alcalde y 'su' equipo técnico, que imaginaron y diseñaron, hace más de 20 años y desde su gabinete profesional-político, sin participación ciudadana, un proyecto de modernización de la ciudad.

La novedad de esta ciudad, que hoy presume de ser la capital ecológica y de calidad de vida del mundo o algo cercano, es su crítica y reformulación de la vieja *teoría de la ciudad funcional*. Jaime Lerner,

3 Como ya dije, solo conozco ambas ciudades "de leídas" o "de oídas".

quien fuera alcalde de Curitiba, tiene el mérito de haber pensado una ciudad donde las áreas destinadas al trabajo, a la vivienda y al descanso, el encuentro o el juego estuvieran ‘localizadas’ pero de modo tal que se repartiesen y articulasen por todo el territorio urbano y en relación con los ejes viarios, para que ninguna persona gastase su tiempo en exceso viajando por la ciudad. Parece que Lerner, desde su gabinete y su poder de creador omnipotente, construyó una ciudad amable, realmente funcional y moderna, que tiene un fuerte componente verde y una modernización de las infraestructuras y los servicios que copió un estilo muy europeo de combinar calidad y soporte técnico.

En esta crítica y reformulación a la teoría de la ciudad funcional, Lerner enganchó con la gran tradición urbanística brasilera (urbanística dije, no democrática). Brasil cuenta con una de las más notables ‘ciudades funcionales’ del mundo: Brasilia. Creada completamente de modo artificial, Brasilia cristalizó los principios más importantes de esta concepción tras la II Guerra: novedosas y audaces formas arquitectónicas, inclusión de la naturaleza, rescate del sol y la salubridad, diseño de enormes espacios urbanos y culto del automóvil, segregación espacial de las funciones vitales urbanas. El producto fue sin embargo la virtual desaparición de los espacios de vida colectiva y cotidiana. Algo que Curitiba evitó por la reformulación del diseño.

Al parecer, esta configuración urbana ‘integrada’ de Curitiba, la calidad de sus servicios y la función lúdica de muchos de sus espacios públicos, ganaron la adhesión de sus habitantes. Entiendo que en cierto momento, Curitiba decidió convertirse en ciudad anfitriona de iniciativas cívicas tales como la Universidad del Medio Ambiente o la participación de los vecinos en proyectos sociales y culturales. Anfitrión que al parecer no ha progresado, por la fuerza hegemónica de un gobierno local no participativo, de una administración basada en el carácter de su sistema democrático restringido.

Entonces, tenemos que Barcelona y Curitiba, publicitándose hoy frente al capital multinacional de modo muy semejante, son ciudades que se asemejan también en sus proyectos modernizadores pero son urbes diferentes en sus componentes de democracia local. Hay pobreza, déficits, etc., en cada una de ellas, pero Barcelona –con todos los límites que queramos– ha sido una propuesta de modernización demo-

cratizadora; Curitiba, una propuesta de modernización (discretamente) autoritaria. En este último aspecto, si hay algún símil posible de Curitiba, es nuestra ciudad, Quito.

Entrando a la segunda parte del comentario, la cuestión es si estas historias particulares tienen relevancia, si la construcción de democracias en ciernes tendrá capacidad para influir en el destino de las ciudades y de sus habitantes en un mundo cada vez más globalizado, si estas democracias construirán modos de escape o de resistencia o de alternativa al mero destino de venderse al gran capital a través del marketing. O si nada de ello hace diferencia.

No encuentro otro ‘cruce’ donde pueda resolverse, quizá, esta contradicción, este imponderable, que el campo de las decisiones colectivas construidas, el ámbito de la democracia en la ciudad. El tema del poder y la ciudadanía urbanos. Aclarar este punto también resulta vital.

En algunos países latinoamericanos –y Brasil es uno de ellos– existe por varios años una corriente de participación ciudadana, de democratización urbana, que cuenta con algunas de las más avanzadas experiencias del continente y yo me atrevería a decir, del mundo. Traigo como ejemplos Porto Alegre y San Salvador.

A mi juicio, la mayoría de casos paradigmáticos de construcción de ciudadanía y democracias urbanas se dan en ciudades intermedias y pequeñas a nivel del mundo. (Curitiba y Barcelona entran en el rango de las pequeñas). No hay, que yo sepa, experiencias y propuestas ejecutadas de democratización urbana en las megalópolis. Nueva York reelige un alcalde de derecha porque *puede poner orden*. Tokio, con un alcalde sensible a los deseos ciudadanos, según la información que tengo, no ha institucionalizado mecanismos de participación. La innovadora gestión de Luiza Erundina en Sao Paulo fue recapturada por un sucesor conservador. Las nacientes y ojalá afortunadas propuestas democratizadoras de Ciudad de México –la más grande y compleja urbe del mundo– y Buenos Aires, están aún por verse.

Ninguna de estas megaciudades escapa al panorama devastador que describe Mabel Piccini, en este libro que es, apenas, la realidad de las más grandes metrópolis. Quienes las analizan y estudian llegan a la tentación del catastrofismo porque –más allá de las luces encendiéndo-

se sobre las que habla su comentadora Shanti Pillai, en este libro, y que nos alientan— no se ve en ellas aún la articulación sostenida de alternativas. Quizá la esperanza provenga de una suma de experiencias aquí y allá, de saltos cualitativos, de sumatorias por hacer, y el norte lo vengán dando prácticas como las del *presupuesto participativo* de Porto Alegre o Buenos Aires, que al entrar en la democracia se decidió a reescribir el estatuto de su existencia como polis, en una Constituyente que congregó a todos los actores sociales urbanos. La Constitución de la Ciudad de Buenos Aires me parece un documento de lo más avanzado —por su contenido y su simbolismo— en este campo.

Por otro lado, la voluntad —para hablar en términos personalizantes— o el proyecto —para hablar en términos políticos-democratizante no se encuentra a la vuelta de la esquina.

Aplicar un plan estratégico como el de Barcelona no es poco mérito. Incluso con todas las limitaciones que con seguridad posee y que ojalá sean rebasadas por el proceso histórico. Una prueba de ello es que en una ciudad tan desprovista de grandes conflictos como Quito, tenemos un trole construido con asesoría de Curitiba pero no logra ponerse en marcha el plan estratégico que tendrá asesoría de Barcelona. Están incluso firmados los convenios de cooperación, pero no se ejecuta.

Ahora bien, volviendo al tema económico, la competencia se coloca otra vez como una nueva forma de división internacional del trabajo, como una pelea entre aquellas ciudades que pueden competir como ‘tecnópolis’ y seducir al capital ‘limpio’ y bien aceitado en divisas de las tecnologías de punta y aquellas ciudades que no pueden aspirar sino al capital de las zonas libres, las maquilas o incluso las chimeneas.

Recordemos que las ciudades no han estado jamás fuera del circuito de comercio e intercambio del mundo. Nacieron con ello. Como muestra Mattelart en su último libro *La invención de la comunicación*, el capitalismo las catapultó como locus privilegiado de la industrialización, del comercio, del intercambio... y de la comunicación. Las demandas que el capital de punta coloca ante las ciudades ya no son tanto las de la producción como las de la información y la comunicación. Hay muchas ciudades en el mundo aspirando a calificar como sedes de este capital. Y es que, como ha escrito Mattelart, si los discursos mesiánicos de progreso se vincularon al advenimiento de las máquinas de vapor y la electricidad en el siglo XIX, hoy los discursos y políticas de

'salida de la crisis' se aferran a promesas que provienen del manejo de las altas tecnologías y de la información.

Volvamos atrás ¿Qué coloca a una ciudad en un sitio o en otro? Al parecer, la capacidad para convertirse en una tecnópolis. Sin embargo, Barcelona y Curitiba explotan además un activo especial: la fortuna de haber escapado, por ahora, al destino de las ciudades posmodernas, inmensos territorios plagados de conflicto y apartheid. Y explotan también un status: la promesa de la ciudad 'armoniosa', moderna, sustentable, con alta calidad de vida, con renovada vida cultural y artística. Barcelona puede además presentarse democrática, con buen gobierno ...

Atraer multinacionales desde luego que marca diferencias para las ciudades y sus sistemas de poder. Si la IBM pasa a incluirse entre las fuerzas que tienen intereses a nivel local, no es cualquier jugador el que entra en escena. Con quién y hasta dónde se aliará el sistema local de poder, más o menos democrático, que exista en una ciudad, esa alianza definirá las cosas. Por eso importa qué tipo de democracia local ha sido construida en una ciudad. Importa qué tipo de cabeza política hegemona en ella. E importa, finalmente, qué alternativas de resistencia y expresión ciudadanas tienen raíz en ella.

El alcalde socialista de Montpellier (socialista al estilo francés) decía en 1991: "La función de la vida cultural de una tecnópolis es proporcionar a las grandes compañías una buena razón para que se instalen en ellas. Todas las ciudades europeas están compitiendo entre sí. ... en el momento de decidir el lugar de su emplazamiento, ... una compañía hará su elección basándose en detalles de menor importancia tales como la calidad del desarrollo urbano, las instalaciones deportivas y la vida cultural". IBM se ubicó en Montpellier en 1965, como pionera de una serie de cambios de sedes de compañías.

Barcelona y Curitiba comparten un renacimiento multicultural y eminentemente urbano de la literatura, el cine y las artes. ¿Quiénes y cómo pueden y deben decidir si este renacimiento será 'alienado', desappropriado por sus gobernantes a sus habitantes, para convertirlo en parte del status de vida de las multinacionales? ¿Se llegará a la represión de la vida cívica por ello? ¿Es posible?

Son entonces los actores de las ciudades, sus habitantes, los que deberán pelear por decidir cada una de sus resignificaciones ante las

instancias del poder local constituido. Los que deberán reclamar y obtener la democratización de la producción de imágenes de la ciudad, los modos de inserción (ya que no es posible la no-inserción) en la globalidad, los que deberán asegurar que el discurso y el habla de la ciudad no sea la monofonía del poder sino la polifonía de las múltiples voces, pertenencias, miradas, experiencias, reclamos, derechos.

Lograrlo implicará haber cambiado las coaliciones urbanas. Las dominantes. Y ya que esta comunicación la hacemos para Quito, y aquí cumple una función cívica, pasemos al territorio de los actores. Los procesos de comunicación, sus múltiples actores y discursos anudados en precisas correlaciones de poder llevan a la configuración de códigos civilizatorios. Civilización, civilidad, viene de civitas, de ciudad, de donde deriva también, ciudadanía. Las ciudades, las polis, las medinas, las urbs, fueron –como escribiera Isidoro de Sevilla en el siglo VII– un marco físico coherente para las afiliaciones legales y sociales de las personas (Ingersoll, op. cit.). Rem Koolhaas, teórico holandés del urbanismo, opina que el tema central del urbanismo moderno es la imposibilidad en que viven poblaciones enteras para proyectar códigos civilizatorios sobre su territorio. Ingersoll, mirando hacia adelante, señala que el problema de las ciudades actuales es un dilema: ¿Qué valorar más, la movilidad o la comunidad?

La pregunta, entonces, para nosotros, no solo es ¿qué comunidad construimos? Sino si la vieja noción de ciudadanía, afincada en la localización, en la identidad, en la pertenencia, en el compromiso, es suficiente y posible ante realidades como las de una megaciudad fracturada como Ciudad de México y de la globalización existente en el mundo.

Los actores-golondrinas aumentan en las ciudades. No sólo las empresas, también los pobladores nómadas, cuya realidad económica está determinada por espacios de información y actuación crecientemente globalizados. Turistas, altos ejecutivos de empresas, de gobiernos y de organismos internacionales, las masivas corrientes migratorias de mano de obra barata que dan vueltas al mundo, son golondrinas.

¿Es todo ello negativo? Lo que afirma Piccini (en este libro) es que no sacamos nada con calificarlo, pues el fenómeno es. Existe. Lo que afirma Pillai es que es preciso captar las nuevas lógicas, las nue-



vas formas de expresión-constitución, los nuevos códigos de simbolización, las nuevas formas de territorialización incluso virtuales, de estas potenciales ciudadanías. Conectar con ellas para no quedarnos atados en la nostalgia de las viejas formas de ciudadanía. Al mismo tiempo, afincarnos en los contenidos afirmadores de vida, incluso los de la nostalgia, para enfrentar la deshumanización creciente, como advirtió Piccini.

Si en las ciudades opera ya el dilema de la tribalización versus la utopía ciudadana que predijo Melvin Weber en los años 70 de una sociedad telemática, de comunidad sin proximidad, ¿no nos aboca ello, parafraseando a Weber, a una comunidad sin proximidad, sin representatividad y sin responsabilidad?

Si el mapa cultural y de poder de muchas ciudades solo puede armarse recuperando la fragmentación y sólo es posible por medios ilusorios (Ingersoll. op. cit), o por una nueva mirada etnográfica (Pillai), ¿no será preciso recurrir al mismo artificio para sustituir la vieja noción de ciudadanía afincada en la localización, en la identidad, en la pertenencia, en el compromiso, por una 'urbanía' –propongo el término– que revalorice la movilidad, la comunicación, el desarrollo, el interés de todos y todas las habitantes de ciudades en el mundo y las complemente con las viejas virtudes de la pertenencia, la localización, etc.,etc.

Las golondrinas son aves migratorias por excelencia. Sus rutas de recorridos cruzan el mundo. Anidan en unas zonas y descansan en otras. Manejan una complementariedad de recursos que garantiza la supervivencia de la especie y de la naturaleza que consumen y en la que viven. Que yo sepa no hay golondrinas depredadoras. Estas son creación humana. Un hecho de la 'civilización capitalista'. Quizá, algún día, nuevos ciudadanos y ciudadanas de las ciudades, logremos armar un nuevo concepto para reivindicar a las golondrinas.

## Referencias Bibliográficas

De Terán, Fernando

1982 *El Problema Urbano*, Barcelona: Aula Abierta Salvat.

Ingersoll, Richard

1996 Tres tesis sobre la Ciudad. *Revista de Occidente* (185) pp. 11-44.

Kolhaas, Rem

1996 ¿Qué fue del Urbanismo?. *Revista de Occidente* (185) pp. 5-10.

Matterlart, Armand

1995 *La Invención de la Comunicación*, México: Siglo XXI Editores.

Sambricio, Carlos

1996 De Metrópolis a Blade Runner, *Revista de Occidente* (185), pp. 45-62.

## Réplica

*Nuria Benach y Fernanda Sánchez*

Quisiéramos agradecer a la profesora María Arboleda su enriquecedora contribución para el tema del cual tratamos: la producción de imágenes en las ciudades de fines de siglo. Consideramos que es un privilegio poder compartir reflexiones y contar con su elaborada y consistente lectura crítica de nuestro trabajo. Nos permitimos, sin embargo, hacer una breve réplica a algunos de sus planteamientos, pues nos parece pertinente aclarar algunos puntos que la profesora nos trae para el debate.

Al discutir el artículo, María Arboleda, con mucha propiedad, sintetiza nuestra orientación principal situando el tema de la producción de imágenes y del marketing de ciudad en el marco de lo que sería la esfera de la circulación simbólica dentro del cual se sitúa la transformación de las ciudades en 'productos', que en la actualidad se venden a escala mundial. En ese sentido, pensamos que es muy feliz su alusión a lo que Marx llama el 'fetichismo de la mercancía' que oculta su génesis, los actores e intereses que intervienen en su producción, el contexto económico, cultural y su propia historia.

Reafirmamos precisamente en este punto la esencia de nuestro trabajo, su principal objetivo: mostrar la necesidad de desnaturalizar las imágenes dominantes de ciudad que inocentemente consumimos, permitir el descubrimiento de los diferentes niveles de símbolos, lenguajes y discursos que se combinan y se superponen en los espacios de la ciudad y en las relaciones ciudadanas para construir las ciudades espectáculo. Un intento de 'desfetichización' de las imágenes y de la comunicación ciudadana, con las inquietudes y la perspectiva del análisis

ta quien, insatisfecho con el sentido común reproductor de los *clichés* oficiales, retira de las unanimidades o verdades reveladas, los elementos motivadores para promover lecturas no dominantes de estas mismas imágenes. Creemos que así, lejos de caer en una vertiente negativa, como parece en algún momento sugerir Arboleda, podemos dar nuestro aporte para una construcción ciudadana más plural, hacia una ciudadanía más substantiva para la cual, no nos cabe duda, los temas de la comunicación e información son cada vez más cruciales.

Otra discusión que quisiéramos recuperar, a modo de réplica, es la que nos parece el eje central de la construcción crítica que nos trae Arboleda. Estamos absolutamente de acuerdo con ella en cuanto a la necesidad que plantea de rescatar y explicitar las enormes diferencias que existen entre Barcelona y Curitiba con relación a sus historias ciudadanas, a sus procesos político-culturales de construcción de urbanidad. Con el objetivo de marcar esas diferencias, Arboleda hace una rápida recuperación de la historia de la sociedad urbana de Barcelona con la propuesta de mostrar que esta historia ciudadana habría dejado una herencia, un 'código civilizatorio' que, recuperado y reconstruido en la contemporaneidad, alimentaría una acción coherente de la población, afirmadora de la vida y de la singularidad del lugar y, por lo tanto, capaz de hacer frente a los procesos culturales homogeneizadores y a la realización de la economía globalizada. Por oposición, sitúa la experiencia del proyecto modernizador de Curitiba con su contenido netamente tecnocrático.

Pero si estamos de acuerdo con nuestra comentarista en cuanto a esta necesaria oposición histórica de los rasgos diferenciales, nos permitimos estar en desacuerdo con ella al reafirmar nuestra perspectiva: estas profundas diferencias entre las dos ciudades, caracterizadas en nuestra investigación pero efectivamente no desarrolladas en esta ponencia, al contrario de relativizar o fragilizar la perspectiva, contribuyen a fortalecer más nuestro análisis. Pues, bajo los intensos procesos de promoción y marketing de la ciudad, Barcelona, paradójicamente, sucumbe a los encantos de la 'ciudad-mercancía' y se acerca a Curitiba cuando usa los mismos instrumentos para presentar al mundo su modelo de ciudad y de ciudadanía, paradoja aún más inquietante y, al mismo tiempo, motivadora, cuando valoramos y explicitamos registros de su historia social.

# Gobierno de la ciudad y comunicación

*Fernando Carrión M.\**

## **Introducción: la ciudad comunicadora**

La ciudad no es solo un lugar de concentración de la población, como generalmente se la define. También es un sistema global de intercambio de información.

Si seguimos a Jesús Martín Barbero (1998) en el planteamiento de pensar "comunicativamente los fenómenos", porque "en el universo todo comunica", la ciudad -que concentra una gran diversidad de fenómenos- se convierte en un flujo permanente de intercambio, a la manera de un sistema o complejo global de intercambio de información.

Por eso las ciudades se presentan desde siempre como lugares privilegiados de la comunicación, en tanto son un foro de comunicación e información. En ella confluyen la mayor densidad de medios de comunicación y usuarios (telefonía, radio, televisión, correos, cine, teatro, escuelas); abarca la mayor concentración de lugares de socialización (espacios públicos, cívicos, barrios); posee el mayor cúmulo de información concentrada (bibliotecas, archivos, edificios), tiene la mayor cantidad de manifestaciones simbólicas (iglesias, monumentos) y contiene los medios de transporte más diversos (puertos, vías, vehículos).

De esta manera la ciudad, por ser un ámbito de concentración de este flujo continuo de comunicación, se convierte en un sistema global

---

\* Director de FLACSO-Ecuador, Editorialista Diario HOY y Coordinador del Plan Nacional de Descentralización.

de intercambio entre puntos próximos y distantes. En este contexto, la comunicación juega un rol central en el desarrollo urbano; tanto que sus defectos pueden producir alteraciones en la funcionalidad de la ciudad, ya que la comunicación es esencial para el flujo de personas, conocimientos, información, servicios y productos comerciales (bienes y finanzas) ciudadanos.

La comunicación es un elemento fundamental del crecimiento económico y del mejoramiento de la calidad de vida de la población, y será en el futuro un factor determinante en las relaciones inter e intraurbanas. Por ello es necesario, primero conocer la función de las comunicaciones en el cambiante mundo urbano y, segundo, diseñar una política de comunicación que impulse un proyecto de ciudad, como base y fundamento para un nuevo pacto social urbano<sup>1</sup>.

Para ello pasaremos revista a algunas reflexiones que nacen de esta tesis de partida.

### **Comunicación y ciudad: una realidad dinámica e histórica**

Partiendo del hecho que la comunicación y la ciudad se constituyen desde relaciones sociales particulares, es factible encontrar algunos puntos en común y ciertas vinculaciones. En primer lugar, se debe consignar que la comunicación urbana es una relación social, que se inscribe en un escenario de múltiples relaciones sociales: la ciudad.

En segundo lugar, hay que consignar que la ciudad como la comunicación son espacios fundamentales de construcción social, de desarrollo de identidades y de formación de lo público; por eso la comunicación en la ciudad tiene un rol cada vez más importante; lo cual se potencia en una coyuntura como la presente.

1 "Cada uno pone en común su persona y todo su poder bajo la suprema dirección de la voluntad general, y cada miembro considerado como parte indivisible del todo. Este acto de asociación convierte al instante la persona particular de cada contratante, en un cuerpo normal y colectivo, compuesto de tantos miembros como votos tiene la asamblea, la cual recibe de este mismo acto su unidad, su yo común, su vida y su voluntad. La persona pública que se constituye así, por la unión de todas las demás, tomaba en otro tiempo el nombre de CIUDAD y hoy el de República o Cuerpo Político, el cual es denominado Estado cuando es activo. Potencia en comparación con sus semejantes. En cuanto a los asociados, éstos toman colectivamente el nombre de Pueblo y particularmente el de ciudadanos como príncipes de autoridad soberana, y súbditos por estar sometidos a las leyes del Estado" (Rousseau, 23, 1978).

En tercer lugar, si son relaciones sociales quiere significar que son productos históricos y que, por tanto, la relación entre ellos es también histórica. Es decir, que en la relación comunicación-ciudad hay asimetrías según el momento que se trate, lo cual da lugar a que con el paso del tiempo transformen sus características y relaciones. O, lo que es lo mismo, que a lo largo de la historia, la comunicación ha cambiado su función y relación con la ciudad.

Antiguamente, por ejemplo, la comunicación urbana no tenía el peso que actualmente tiene, porque en ciudades pequeñas y con pocas funciones son menores las necesidades de comunicación. Conforme las ciudades se hacen más grandes y complejas, requieren de un mayor número y calidad de medios y formas de comunicación. Hoy son más que antes y cada una de ellas tiene sentido en la relación con los otros medios: la televisión, la radio, la prensa, la propia ciudad y la informática, entre otros.

En la actualidad, individualmente y en su conjunto, cumplen más funciones de las que originalmente tenían. Si antes la función eminente era de información, hoy están ligados -entre otros- al aparato productivo, a la legitimación del orden social, a mejorar la calidad de vida de la población y a la operatoria de la ciudad.

De esta manera, es fácil colegir que, en la actualidad, los medios de comunicación son protagonistas centrales del desarrollo urbano y, por lo tanto, uno de los ejes de la conflictividad de la urbe. Se han convertido en un actor principal del desarrollo urbano, en tanto inciden directamente en el proceso de la ciudad. De una u otra manera tienen un gran peso en la construcción de la agenda social de la urbe, en la generación de opinión pública alrededor suyo así, como en la formación de ciudadanía.

Por otro lado, también se vive un proceso de urbanización de los medios de comunicación, en términos de que la ciudad es su lugar de residencia y, además, su objeto de comunicación. Tanto así que en la actualidad los periódicos tienen secciones especializadas y nacen radios y canales de televisión propios de una ciudad.

## **La ciudad es un medio de comunicación especial**

La relación ciudad-comunicación podría ser más evidente si se superara, por un lado, la incomprensión que existe para entender la ciu-

dad como centro de información, lugar de difusión y medio de la comunicación y; por otro, la restrictiva concepción que se tiene de la comunicación como un 'medio formal institucionalizado' y no como una relación social. En otras palabras, las propias construcciones teóricas también han impedido que se tiendan puentes entre ellos.

Pero mientras la comunicación es una relación social, la ciudad es un escenario de relaciones sociales múltiples, que define una estructura simbólica compuesta por un conjunto de signos que facilitan y permiten el establecimiento de contactos entre la sociedad y el espacio que la contiene, así como la apertura de ámbitos de relación entre la cultura y la naturaleza.

La ciudad tiene un conjunto de símbolos y códigos, reconocibles y descifrables, que le permiten mostrar los contenidos de las múltiples relaciones y fenómenos. La urbe, en este sentido, es un texto que tiene un material a través del cual se expresa. Victor Hugo, en el Siglo XV, nos indicaba que "París no solo era una bella ciudad; era una ciudad homogénea, un producto arquitectónico e histórico de la Edad media, *una crónica pétreo*."

Mientras un libro se compone de palabras, secciones y columnas, una urbe tiene barrios, vías, monumentos, infraestructuras y gentes; cada una de las cuales permiten construir nociones generales como, por ejemplo: una ciudad comercial, una urbe amable, un símbolo de modernidad o expresión de algún orden.

Además una ciudad es como un libro, en tanto que induce a la lectura gracias al orden explícito que tiene. De allí que una ciudad con una buena estructura y con un orden claro permita una mejor y más fácil lectura; lo cual en términos urbanos significa: ubicación, comprensión, funcionalidad, etc. de la propia urbe. Y, también, conducimos a plantear políticas urbanas que además de solventar problemas de servicios, generen una estructura urbana clara que permita un orden de lectura de la urbe.

Pero así como comparten similitudes en tanto medios de comunicación colectiva, también el libro y la ciudad compiten entre sí. El pregonero público de las termas o los pórticos, propios de Grecia y Roma, fue superado por los periódicos. El balcón de antaño, que servía para la arena política sede a la imagen de la televisión. El chasqui interur-



bano es reemplazado por el internet...<sup>2</sup>. Sin embargo la ciudad y la arquitectura han resistido ante la competencia de otros medios de comunicación y, en cierto sentido lo han hecho gracias a que los ha concentrado en su seno, a que los ha cooptado.

La ciudad es portadora de una mezcla de mensajes difíciles de decodificar. Así, por ejemplo, la simbología propia de la segregación urbana entre el centro y la periferia, entre el norte y el sur, entre las zonas comerciales y las residenciales, es muy evidente. El plano de una ciudad no es otra cosa que el inconsciente colectivo de ella. En él se expresa, por ejemplo, el fraccionamiento urbano a través de un centro que tiene un cúmulo de información y una periferia que incluso es anónima, que carece de nomenclatura.

También es interesante constatar que la señalización y la nomenclatura urbanas se ubican predominantemente en los lugares comerciales de la ciudad. Los barrios atractivos para la publicidad y la nomenclatura, son aquellos donde la población va, no donde la población de bajos ingresos reside. Esta ciudad es anónima y lo es, en dos acepciones innombrables: debe ser escondida y no tener nombre...

Se puede decir que la ciudad también tiene espacios de mayor 'rating' de sintonía que otros; lo cual exige políticas urbanas distintas según el lugar y el tipo de intervención que se trate. Por eso, una intervención en la zona central -por ser un foco de comunicación social- puede suscitar la reconstitución o la destrucción de una unidad social, según se la asume como una propuesta integradora o desintegradora.

Orientarse en una ciudad es una buena forma de leerla y, por tanto, de percibirla; es una manera particular de interpretar la información contenida en el medio circundante. Una imagen con mensajes confusos complica los desplazamientos y también genera problemas de identidad (soy del barrio tal), desorganiza la actividad y disminuye el conocimiento urbano.

---

2 Víctor Hugo es más explícito cuando señala que: "A partir del descubrimiento de la imprenta, la arquitectura se va secando poco a poco, se atrofia y se desnuda. A esta decadencia se ha llamado Renacimiento. Decadencia magnífica, no obstante, porque el viejo genio gótico, ese sol que se pone tras la gigantesca prensa de Maguncia, penetra todavía durante algún tiempo con sus últimos rayos ese amontonamiento híbrido de arcos latinos y de columnas corintias. Ese sol poniente representa una aurora."

Por eso la importancia que le asigna la gente, a través del uso de la propia ciudad a los nombres de calles, plazas, barrios, monumentos, avenidas, etc. Originalmente la nomenclatura surge del uso cotidiano de la ciudad (por ejemplo, calle de las platerías), posteriormente tiene un sentido conmemorativo (por ejemplo, Plaza de la Independencia) y hoy asume un criterio técnico proveniente de la informatización (alfanumérico). La nomenclatura de una ciudad sirve no sólo para que la población se ubique, oriente o lea, sino también para explicitar el o los órdenes en los cuales se sustenta la estructura de la urbe.

La urbe, por tanto, es un medio de comunicación especial y formidable, que se caracteriza por algunas de las siguientes peculiaridades:

1. *Apropiación social.* No existe un control monopólico sobre la ciudad, como ocurre con otros medios de comunicación como la televisión, la prensa y la radio. La ciudadanía a la par que produce y reproduce la ciudad, también la percibe. En este proceso, se desarrolla una apropiación social de la ciudad que tiene connotaciones públicas, no monopólicas, y donde el municipio debe asumir una responsabilidad adicional y mayor: tener una propuesta de política urbana que incluya la comunicación y las relaciones públicas, a partir de la redefinición y refuncionalización de la ciudad como un medio de comunicación especial.
2. *Continente y contenido.* La ciudad -al contener a los medios de comunicación, a un conjunto de relaciones sociales y a los más variados fenómenos- adquiere la cualidad de un contenido múltiple y de un continente diverso. Esta condición le convierte a la ciudad en un foro formidable de comunicación e información, a la manera de un sistema global.
3. *Emisor y receptor.* No existe una diferenciación tajante entre fuente-emisor-receptor-destinatario, porque contiene al conjunto del proceso de manera simultánea y porque cada uno de ellos pueden actuar indistintamente en una u otra condición.
4. *La historicidad.* Porque emite mensajes 'atemporales', en el sentido que su lectura se la hace a partir de símbolos construidos en otro momento de la historia pero que, gracias al paso del tiempo, su percepción cambia: no porque se los construya nuevamente, sino porque el proceso de decodificación se realiza en un contexto

histórico distinto, que adicionalmente permite reconocer lo ocurrido a lo largo de las épocas de origen y desarrollo del conjunto o las partes de la ciudad<sup>3</sup>.

## **Ciudad y comunicación: una relación distante**

La tecnología y los medios de comunicación progresan a niveles asombrosos, con lo cual las distancias sociales, cronológicas e históricas se reducen. De esta manera, el tiempo y el espacio asumen nuevas connotaciones y redefinen las condiciones de vida de la población.

Desgraciadamente a nivel urbano se observa un desencuentro entre medios de comunicación y ciudad que se expresa, al menos, en cuatro situaciones claras:

*Relaciones interurbanas.* Paradójicamente en los albores del próximo milenio, que se constituirá en el siglo de las ciudades, las urbes mantienen entre sí bajos niveles de comunicación, que no se compatibilizan con el avance señalado. En ello reside el hecho de que, si bien América Latina se ha convertido en un continente de ciudades, aún tardará en ser una región urbana. A pesar de que en la actualidad existen más ciudades, mayor concentración de población y las urbes cumplen nuevos roles, no se puede desconocer que están aisladas y dispersas: o, lo que es lo mismo, la existencia de ciudades es una condición necesaria pero insuficiente para que haya un sistema urbano. La superación de esta situación solo será posible cuando se construyan nuevos esquemas de relaciones interurbanas fundados en la comunicación.

*Relaciones población-ciudad.* Se evidencia un problema de comunicación entre la población, que crece aceleradamente en las ciudades, y la estructura urbana, que se manifiesta en la marginación, fraccionamiento, aislamiento, ruptura del tejido social, vandalismo e imposibilidad de que los habitantes fortalezcan sus formas de socialización. Con ello no solo que se merma el derecho a la ciudad y las posibilida-

---

3 Por ejemplo una pileta de agua, que en sus orígenes tenía una funcionalidad muy clara como fuente de abastecimiento del líquido vital y de lugar público de encuentro de la población, en la actualidad asume una función y simbología de orden estético diametralmente distinta, porque ahora el agua se distribuye directamente a los domicilios.

des de potenciar la ciudadanía, sino que también se socavan las bases de sustentación de la ciudad<sup>4</sup>.

*Relaciones población-gobierno local.* Pero también la relación de los habitantes con el gobierno local se deteriora y distancia, porque no existen canales institucionales de representación y participación, y porque los gobiernos conciben la comunicación social como relaciones públicas del primer personero, imponiendo algunos vicios: la relación vertical del emisor al receptor, el culto a la personalidad y la pérdida de la cualidad de cohesionador social, entre otros.

*Relaciones población-población.* El crecimiento de la población urbana, la escasa integración socio-cultural y la gran polarización económica contribuyen al deterioro de las redes sociales y a profundizar el distanciamiento de los habitantes. Las grandes ciudades se han convertido en lugar de encuentro de 'soledades colectivas'.

El proceso de construcción de un proyecto social para la ciudad requiere de una política de comunicación que rompa con el desencuentro señalado y parta de la consideración que todo pacto social urbano - para ser tal- requiere la incorporación de un proyecto de comunicación.

Dentro de la perspectiva que estamos manejando, la búsqueda de una nueva articulación entre lo urbano, la ciudadanía y lo municipal no podrá llegar si no se tienden los respectivos canales de comunicación. Y lo deberá hacer en un contexto de internacionalización de la ciudad, que le exige trastocar el antiguo enclaustramiento conceptual -como sociedad local- a uno del tipo de sociedad urbana a escala mundial<sup>5</sup>.

Ello supone considerar que cada uno de los componentes de esta relación tenga una función dominante, aunque no exclusiva, en términos de la comunicación. Así, la ciudad como medio de comunicación debe ser vista como un multiemisor; la población para asumir la condición de ciudadanía requiere de información y de canales de comunicación para actuar (emisor-receptor) y los municipios para legitimarse deben producir información (receptor-emisor).

---

4 La violencia es uno de los temas que tiende a erosionar esta condición. Cfr. Carrión F., 1995.

5 Ciudad que no construya canales de comunicación con otras urbes, que no tenga políticas internacionales propias, que no produzca una infraestructura de vinculación mundial, etc. rescinde sus posibilidades de desarrollo.

## *Parte de la crisis urbana es el evidente deterioro de los canales de comunicación*

Desgraciadamente el bajo signo de comunicación que muestra la relación ciudad-municipio-población, evidencia el hecho de que el acelerado proceso de urbanización y el avance de las comunicaciones aún no encuentran el empate deseado. A estas alturas del siglo, este desajuste se convierte en un nuevo componente de la crisis urbana, en vista de que son evidentes las restricciones que le impone a la condición de espacio privilegiado para la socialización y la mediación social.

Esta constatación es fundamental porque añade una nueva dimensión al concepto de crisis urbana y, justamente, en la esencia de la definición de ciudad: constitución de lo público y formación de ciudadanía. De esta manera, la crisis urbana no solo tiene que ver con las restricciones que se producen en la oferta de servicios y equipamientos urbanos, sino también con la pérdida de una fluida comunicación.

Los problemas de precariedad de ciertos canales formales de comunicación -como los teléfonos, el correo y el transporte- y, además, la fuerza que adquieren otros -como la televisión- que se caracterizan por su consumo ubicuo y masivo, y la emisión concentrada, repercuten con fuerza inusitada en la esencia de la ciudad. Por esta asimetría y por los efectos que producen las llamadas políticas de ajuste en los primeros, se percibe una constante degradación de la comunicación, repercutiendo de manera decisiva en la calidad de vida de la población urbana<sup>6</sup>.

A ello se suma el deterioro físico, simbólico y funcional de los espacios directos de construcción social como: las plazas, parques, calles, teatros, iglesias y estadios. Las privatizaciones en ciernes, la violencia urbana y la primacía y transformación que asumen los medios masivos de comunicación (televisión, prensa y radio), entre otros, arrastran tras de sí la progresiva eliminación o mutación del espacio público y cívico<sup>7</sup>.

---

6 Partiendo de esta propuesta, el concepto calidad de vida urbana se redefine, pues amplía su consideración de la sola satisfacción de los servicios públicos a la formación de ciudadanía, por la vía del mejoramiento de la comunicación, hacia la socialización y la construcción de lo público.

7 Si antiguamente la centralidad urbana se constituía y construía desde lo público, lo cívico y lo estatal (teniendo a la plaza como elemento vertebrador), en la actualidad

Así como también se percibe una agresión constante de la publicidad comercial ubicada inconsultamente en los lugares más visibles, que rompen con la continuidad visual y el entorno urbano-natural, y además, impiden las posibilidades de comprensión y lectura de los órdenes urbanos. Como resultado surge una relación entre habitantes y ciudad cada vez más compleja e, incluso, de franca revancha.

De allí que el vandalismo y la destrucción de luminarias, anuncios luminosos, señalización y el poco mantenimiento de los servicios urbanos, sean parte de esta situación. Sin duda que el auge del graffiti tiene que ver con esta búsqueda de comunicación social y de "recuperar una voz colectiva" -como dice José Ron- de identidad y socialización de la juventud. Por eso, no es raro que se construyan nuevas instituciones de socialización como las pandillas juveniles y se desarrollen estos medios alternativos de expresión.

El reto para salir de la crisis urbana debe provenir de la propia ciudad: dejar de ser un espacio de transición para asumir su condición de ámbito de encuentros múltiples, en la perspectiva de construir una diversidad de identidades, de integración de la ciudadanía, de socialización de la población y mediación hacia lo público.

### *Comunicación entre municipio y ciudadanía*

La comunicación debe ser un elemento esencial del accionar municipal, porque si bien el municipio es el órgano estatal más cercano a la sociedad civil, se observa en la actualidad un proceso progresivo y evidente de distanciamiento. El tamaño de las ciudades, las caducas estructuras de gobierno, el cúmulo de órganos de poder local, el desconocimiento de la ciudad, las nuevas concepciones de lo municipal, etc., hacen imprescindible replantear la relación del municipio y la ciudadanía desde la perspectiva del tema de la comunicación social.

La comunicación para el desarrollo urbano, debe partir de la articulación de los distintos medios de comunicación en la perspectiva de definir y construir un proyecto de ciudad, resultado de la conjunción de los actores fundamentales de la ciudad y de la comunicación. En esa

---

proviene desde el mundo de lo privado y mercantil (siendo su punta de lanza el llamado "shopping center"). (Cfr. Carrión, 1994).

perspectiva, la ciudad como medio de comunicación y el ciudadano como emisor-receptor son fundamentales.

El punto de partida debe ser la redefinición de lo municipal, al menos, en los siguientes tres aspectos:

1. El municipio debe ser conceptualizado como de *totalidad*, porque su actuación está referida al conjunto de la sociedad local. No se refiere exclusivamente a la dotación de servicios, ni es solo una instancia de administración urbana. Es de gobierno, por lo tanto de ejercicio de poder, que se expresa en una multiplicidad de tareas y órganos dispersos.

En este caso, la comunicación encuentra dos sentidos: primero, ser una de las tantas funciones municipales y por tanto ejercer el poder que tiene y, segundo, como la actuación municipal debe producirse desde áreas particulares -una de las cuales es la comunicación social-, debe buscar reconstruir la unidad de la acción al interior del municipio y proyectar hacia afuera una imagen coherente. Debe, por tanto, promover la coordinación interna y la unidad de mensaje, porque mientras la ausencia de lo primero desperdicia recursos por ineficiencia; lo segundo conduce a la pérdida de legitimidad institucional y de su cualidad de punto focal de referencia<sup>8</sup>. Obviamente ello supone la existencia de estrategias explícitas de política urbana.

2. El concepto de municipio debe provenir de su condición de *globalidad*, porque la inserción nacional e internacional es evidente, no solo como contexto, sino también como radio de influencia, determinación y destino. Si su sentido de ser es internacional, es imprescindible posicionar a la ciudad en el ámbito mundial, delinear una comunicación interurbana como parte de las políticas urbanas y también definir una especie de marketing de la ciudad.
3. Conceptualmente el municipio debe recuperar la condición de cercanía. En este caso la *comunicación* debe expresarse a través de tres mecanismos: la creación de nuevas formas institucionales de *representación*, que permitan reducir las distancias; el desarro-

---

8 La población ya tiene suficiente con la existencia de múltiples organismos institucionales de gestión local. Si a ello se añade el incremento de mensajes diversos, no solo que desinforma, sino que también segmenta a la población y sus demandas, y le puede hacer perder la función de referente y de fuente de identidad que le caracteriza.

llo de propuestas de *descentralización* del aparato de gobierno municipal<sup>9</sup> y la ampliación de las formas de *participación* de la población en el gobierno local.

En otras palabras, la base para una buena comunicación está dada por la ampliación de los procesos de democratización. La comunicación resulta de la proximidad-participación que se obtiene entre la autoridad, legítimamente constituida, y la población, a través de la formación de los respectivos canales institucionales: políticas de comunicación social, información, promoción popular, participación, definición de demandas, promoción, publicidad, etc., los cuales permitirían un proceso continuo y fluido.

Por ello parecería procedente, para diseñar una política municipal sobre el tema, trabajar bajo dos líneas interrelacionadas: por un lado, la comunicación social propiamente dicha, que tendría que ver con las necesidades de vinculación y proximidad de la población a sus instituciones fundamentales. En este caso, la comunicación aparecería como un medio o un canal a partir del cual la participación, representación y legitimidad se desarrollarían.

Y, por otro lado, a través de la reconceptualización del sentido y contenido de lo que tradicionalmente se entiende por *relaciones públicas*<sup>10</sup>, como medio de cooptación y adhesión social a una determinada institución.

Bajo este concepto, más bien, nos referiremos a las posibilidades que desde el municipio, como actor público-estatal principal, se fortalezcan las relaciones públicas que definen la ciudad, rompiendo con el esquema vertical emisor-receptor y construyendo un sentido de pertenencia colectivo a partir de la condición de ciudadanía. En definitiva, se trataría de potenciar las relaciones públicas y de lo público, contenidas en las instituciones, las personas y el entramado social urbano, para cons-

9 La descentralización, hoy tan en boga, es también un mecanismo que restablece la ansiada comunicación.

10 Según Byron, las relaciones públicas serían: "Un esfuerzo consciente para estimular o influir en las personas, principalmente por medio de la comunicación, para que juzguen favorablemente una organización, la respeten, la apoyen y le presten ayuda en los momentos de confusión y prueba." (1988:102). En definitiva, se trata de una política institucional tendiente a atraer la comprensión y aceptación del público respecto de su actividad.



truir espacios de encuentro tendientes a fortalecer las posibilidades de socialización, el desarrollo de las múltiples identidades, la cultura, etc.<sup>11</sup>.

Por eso una acción en la ciudad debe contener tres elementos de *relaciones públicas*, entendidas como potenciación de la articulación y mediación social, y de fortalecimiento de lo público: una *propaganda político-cultural* que genere identidades y legitimidades. Una *publicidad comercial* que organice el mercado. Y una *comunicación social* que permita la participación y orientación de la población en su ambiente urbano inmediato.

Los municipios deben asumir la condición de canal de comunicación y como medio de relaciones públicas que es la ciudad. Pero además deben reconsiderar el mal uso que le han dado a los tradicionales medios de comunicación como la radio, la televisión y la prensa<sup>12</sup>; ya sea porque incursionen en el campo de la producción directa de algunos de estos medios, con lo cual quedan reducidos a la condición de prensa marginal no competitiva con los medios privados; o porque generalmente organizan áreas institucionales convertidas en fábricas de boletines de prensa, folletos inocuos, programas de radio aislados, etc. librados a la buena intención de algún funcionario.

Y lo más grave es que las propias funciones de comunicación y de relaciones públicas son consideradas de menor valor y cuantía frente a las obras de servicios. Es interesante ver como se cuestionan las inversiones que una administración realiza en estas actividades. Generalmente no justifican esta línea de actuación municipal, porque la perciben como un despilfarro de recursos, que más bien deberían dedicarse a 'necesidades más urgentes'. Tras esta crítica lo que está presente es una concepción de lo municipal altamente reduccionista, desgraciadamente hoy vigente.

En suma, se requiere que el municipio genere una propuesta que busque ampliar la solidaridad en el mundo del individualismo, fortale-

---

11 No hay que olvidar que nuestras ciudades viven en un contexto de alta migración, recambio poblacional, de agresión cultural -donde lo externo es visto como lo bueno- y de múltiples órganos de poder, entre otros.

12 El ejemplo de Evaristo, creado en la administración municipal del alcalde Rodrigo Paz 1988-1992, es un caso único y excepcional de comunicación que, desgraciadamente, todavía no ha sido suficientemente analizado.

cer las múltiples identidades, promover órganos legítimos en un contexto de crisis generalizada<sup>13</sup>, fortalecer el orgullo y sentido de pertenencia, auspiciar la ilusión movilizadora de asumir un proyecto social<sup>14</sup>, promover una cultura de planificación, entre otros.

Una política de comunicación municipal debe:

- 1) Romper la débil integración socio-cultural y la escasa articulación que existe entre el sistema político local, las instituciones y los agentes sociales y económicos (Borja, J. 1991). Y lo debe hacer por encima del alto peso que tiene la informalidad en todas sus manifestaciones (urbana, económica, institucional): la escasa participación cívico-política de la población, en especial de los sectores de altos ingresos; el vandalismo ciudadano que se expresa en el poco respeto a las normas, a los equipamientos urbanos y en la evasión de tributos; en la fragmentación de la ciudad a la manera de segregación urbana, de las modalidades de uso de la urbe, de la inseguridad, de la marginación y de la ruptura de identidades.
- 2) Fortalecer la ciudadanía y revalorizar el uso de la ciudad y la ciudad misma. Debe haber una nueva producción y apropiación de la ciudad, fundada en el derecho de sus habitantes a una ciudad democrática. Ello implicaría una política cultural urbana desde la municipalidad, al menos, en dos sentidos (Borja, J. 1991): Hacer más ciudad para más ciudadanos, revalorizando la calidad de la ciudad en términos sociales, ambientales y estéticos. En otras palabras, no se trata exclusivamente de resolver un problema funcional o de mejorar la calidad de vida de su población. También se debe facilitar el desarrollo de un entramado de relaciones sociales así como ser estéticamente bien resuelta. La nueva ciudad debe permitir la potenciación de la socialización en el espacio urbano y ser integradora (no homogeneizadora). Debe generalizar

---

13 Es fundamental la construcción de gobiernos legítimos, sobre todo en un contexto donde el peso de la crisis pone en juego a la propia democracia. Un gobierno legítimo debe ser no solo por origen sino también por la acción que desarrolla.

14 Es interesante analizar la ilusión creada alrededor de la Olimpiada en Barcelona o del vaso de leche en Lima. Los dos casos, a pesar de su diferencia, generaron resultados que aún asombran a la humanidad, en cuanto movilización de la población y realización de un proyecto de ciudad.

la condición de ciudadanía urbanizando las periferias, haciendo más equipamientos y dotando de servicios, pero por sobre todo, creando las condiciones culturales para que la población menos integrada asuma socialmente la ciudadanía, formule sus demandas y utilice y viva la ciudad.

Hacer más ciudadanos para más ciudad, construyendo el derecho a la ciudad para y de todos<sup>15</sup>. La ciudadanía como fuente y origen de la ciudad, para ser tal, deberá tener el derecho y también el deber -cada derecho crea un deber- al disfrute de la ciudad toda. Ello implica la potenciación de las múltiples identidades y una ruptura a la fragmentación urbana; supone la integración y no la homogeneización; auspicia la participación y no la cooptación; promueve las relaciones públicas y la comunicación.

### *La integración social urbana*

Las ciudades no solo son el lugar fundamental de la concentración de la población -por eso el gran tamaño que hoy alcanzan-, sino también lo son de la diversidad y de la heterogeneidad en su máxima expresión; social, económica, cultural, política, etc. De allí que en el caso de América Latina, la ciudad resulta ser el escenario privilegiado de la polarización extrema entre opulencia e indigencia, lo cual expresa los altos niveles de marginalidad, fragmentación y segregación característicos de la urbe en la región.

Partiendo de la constatación real de que la ciudad no llega a todos sus habitantes, que el mercado tiende a fragmentar y que la sociedad disgrega y excluye, no se puede concebir la existencia de la ciudadanía en un sentido amplio: la participación y la integración (Carrión 1995). De allí que la promoción interna de la ciudad deba partir por el apuntalamiento de la condición de ciudadanía y del fortalecimiento del contenido mismo de la ciudad.

Tal propuesta debería dirigirse a la configuración de un "patriotismo cívico" (Borja 1995), que aglutine el entramado social existente, desde la formación de un nuevo pacto social que respete la coexisten-

---

15 Por ejemplo, en el caso de los centros históricos, se debe pasar de las tradicionales declaraciones de patrimonio cultural, al ejercicio real del derecho patrimonial que tenemos a su uso, disfrute y reproducción.

cia de diversos órdenes urbanos, la integración social fundada en una equidad no homogeneizadora, el fortalecimiento de una racionalidad colectiva que aporte la condición pública de la ciudad y el relanzamiento cultural y económico de la urbe.

Por eso, compartiendo con Luis Verdesoto (1995), convendremos que las municipalidades deberían "introducir la comunicación de masas como parte de la formación de los actores sociales, ya que el acceso a los medios es parte de la política social para la realización de los objetivos de comunicación entre los actores y de realización de las identidades".

Por otro lado, con la penetración de las teorías del consenso, el desarrollo de las propuestas de descentralización y el apareamiento de la planificación estratégica, se tiende a redefinir y potenciar las posibilidades de integración e interacción social que tiene el nivel urbano.

Es que la ciudad tiene la siguiente doble consideración: a) ser un *espacio simbólico*, es decir, que contiene una sucesión de códigos que permiten definir múltiples diálogos e identidades, según las lecturas que haga la sociedad; y b) ser un *espacio simbiótico*, por cuanto permite el encuentro, el mutuo entendimiento y la integración de diversos sectores sociales, y de estos con el Estado.

Así, si partimos de la consideración que lo urbano es el espacio principal de construcción de lo público, de mediación del mundo individual en el social, se puede concluir que las cualidades de integración/desintegración social de una ciudad se potencian gracias a su condición de medio de comunicación.

### *El regreso a la ciudad construida*

Como búsqueda de salida a la crisis urbana y como resultado de la generalización de la reducción de las tasas de urbanización -al menos comparativamente con lo que ocurrió décadas atrás- se observa un cambio en la tradicional tendencia del desarrollo urbano, que privilegiaba el urbanismo de la periferia (*exógeno y centrífugo*), a otro en el cual la mirada central se redirige y posiciona en la ciudad existente, a través de un movimiento contrario al anterior, de características *endógena y centrípeta*.

Con este retorno a la prioridad de la urbe previamente construida, la relación entre comunicación y ciudad cobra un sentido diferente, porque cualquier actuación urbana afecta tramas sociales constituidas y medios de comunicación de la población que allí habita. Hoy como nunca la política urbana debe tener en cuenta a la comunicación como parte de sus propuestas, en vista de que se dirigen fundamentalmente a una ciudad existente. Es decir, la obra o la actuación urbana se inscribe en un contexto urbano previamente producido.

Desde la perspectiva de la gestión local, implica el diseño de políticas urbanas más próximas y articuladas a las de comunicación; porque la viabilidad de sus programas y proyectos dependerá no solo de las virtudes del diseño de una determinada intervención, sino también, y cada vez en mayor medida, de la capacidad que tenga el propio proyecto para transmitir una información adecuada e incidir positivamente en el tejido social existente.

En la actualidad las estrategias de desarrollo urbano se realizan sobre escenarios urbanos previamente producidos o, lo que es lo mismo, en ciudades existentes; lo cual exige considerar, a su vez, estrategias adicionales de comunicación y de relaciones públicas. Por ejemplo, las obras de rehabilitación urbana, la introducción de inversiones en tráfico y transporte, o la renovación de las infraestructuras, exigen procesos de comunicación y de relaciones públicas especiales<sup>16</sup>.

Un municipio que al ejecutar su plan de inversiones no actúa correctamente sobre la simbología existente en la ciudad pierde legitimidad. Las obras en construcción deben tener en cuenta esta condición urbana previa, para (re)construir una nueva simbología. Tiene que hacer obra no solo para resolver los problemas de las demandas, sino también para transmitir en ellas una intencionalidad y mensaje explícitos. Ello supone la existencia de una política urbana que asuma la comunicación como uno de sus componentes más importantes.

Es necesario detenerse a analizar el carácter de la obra municipal, porque se trata de una modalidad fundamentalmente física, inmueble, visible, dispersa y puntual, lo cual introduce algunos problemas y ven-

---

16 Muchas veces una buena propuesta de política urbana no ha podido llevarse a cabo por problemas de información, falta de coordinación o inexistencia de una estrategia explícita de comunicación social.

tajas. Si bien tiende a resolver algunos problemas, una vez que cumple su cometido es absorbida o mimetizada por la cotidianidad e incorporada 'al paisaje', perdiendo temporalidad y trascendencia. La obra y su ubicación debe ser una solución múltiple a los diversos problemas sentidos por la población, una estrategia frente al escenario urbano construido y transmitir un mensaje con intencionalidad clara.

En este caso la comunicación social debe buscar trascender el tiempo y el espacio. Es decir, que la población de toda la ciudad esté informada de las inversiones, tome conciencia del carácter de ellas y logre permanecer el mayor tiempo posible en la memoria social. Esto permitirá que la actuación tienda a superar el impacto de la propia definición de su ámbito local y proyecte su influencia en el tiempo.

Una posición como la señalada, supone la existencia de equidad en la distribución socio-territorial de la inversión y la satisfacción de reales demandas sociales<sup>17</sup>. Pero también un seguimiento y control de la inversión por parte de la población.

### *La proyección mundial de las ciudades*

La revolución científico-tecnológica que se vive en el campo de las comunicaciones, tiende a reducir considerablemente la distancia y el tiempo. Pero también la emisión de mensajes preferentemente urbanos -por la concentración de los medios de comunicación y de la información en las ciudades- permiten una difusión de los modos de vida ciudadanos, incluso por fuera de sus límites.

La cualidad de una emisión focalizada desde la ciudad y una decodificación ubicua, conducen a una mayor concentración urbana y a un cambio en su rol tradicional: los medios de comunicación actúan como caja de resonancia de la información que se concentra en la ciudad -y por lo tanto de la ciudad misma- y también como actores cada vez más relevantes del desarrollo urbano.

Sin duda que esta situación tiende a potenciarse por la redefinición del rol y peso específico de las ciudades que se está produciendo en el contexto de la paradoja actual, de globalización de las sociedades

---

17 Ver el trabajo de Carrión F., "La gestión urbana: estrategias, dilemas y retos", donde se analiza el carácter contradictorio que puede tener una inversión respecto de otra.

nacionales y de los procesos de descentralización que se perciben a nivel mundial. Las economías urbanas adquieren una funcionalidad mayor, el poder local se incrementa, la diversidad de expresiones culturales se potencian y, por tanto, las relaciones interurbanas se intensifican por encima de las relaciones inter-nacionales, trans-nacionales o multi-nacionales.

De esta manera la ciudad y la comunicación juegan un rol más protagónico y empiezan a ser forma y eje de la articulación del sistema mundial: primero, porque las infraestructuras de comunicación que se construyan definirán las ciudades que acompañen el curso de la historia.

No hay que olvidar las enseñanzas del pasado: las ciudades que nacieron en cauces fluviales navegables, se desarrollaron más que otras por las posibilidades de comunicación que tuvieron. Hoy la buena o mala ubicación de una ciudad depende de un referente menos natural y más de ciertas condiciones producidas socialmente: la construcción de una centralidad inscrita en el ámbito de las infraestructuras y de las tecnologías de las comunicaciones.

Segundo, porque las ciudades tienden a comunicarse con mayor fuerza entre ellas, gracias a que el fortalecimiento de lo local redimensiona el mundo urbano con un protagonismo inédito, que lleva a privilegiar la comunicación interurbana por sobre la internacional. Hay una disputa por los espacios de encuentro, de comunicación e intercambio, entre los organismos creados por los poderes centrales y los que emergen del nivel local.

En ese sentido la comunicación y las relaciones públicas deben dirigirse a públicos externos, sobre la base de la generación de una atracción y promoción de la ciudad (marketing de la ciudad) y la construcción de un nuevo posicionamiento de la urbe en el concierto internacional, sobre la base de su competitividad (recentralización de la ciudad).

## Comentario

*Alexandra Ayala Marín*\* \*\*

Desde mi formación de comunicadora, concibo la ciudad como un rico entramado de relaciones comunicacionales –pues no otra cosa son las relaciones sociales– en una variedad de escenarios, formales e informales, y con una variedad de actores que, para el caso, se convierten en emisores-perceptores. Entonces, más que señalar acuerdos o desacuerdos con los planteamientos de Fernando Carrión, quiero más bien insistir en ciertos aspectos que creo fundamentales para considerar la relación entre gobierno de la ciudad y comunicación, y que en última instancia apuntan al diseño de una política orientada a tender puentes entre municipio y ciudadanía. Es decir, esta relación tiene una perspectiva eminentemente política, si entendemos la política como posibilidades y formas de participación ciudadana.

Y digo bien tender puentes, porque eso es en definitiva la comunicación desde su acepción más elemental, o sea, pasar de un lado a otro y tener la posibilidad de ir y venir, asumiendo nuevos saberes, resignificando y reconceptualizando.

---

\* Magister en Comunicación. Diplomada de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales, de París, Francia. Asesora en Comunicación del Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer –UNIFEM-Región Andina. Corresponsal de la agencia Fempress.

\*\* Los comentarios que aquí expongo son resultado de mi formación profesional de comunicadora y de mi experiencia como ciudadana que sigue de cerca los aportes a la construcción de ciudadanía hechos, en particular, por los movimientos de mujeres.



Esta posibilidad que brinda la comunicación como el más característico de los actos humanos (si puedo calificarlo así, partiendo de nuestra particular capacidad para el lenguaje articulado), es aún más evidente en este final de siglo que nos invita, en medio del desconcierto, a redefinir, a reconceptualizar, también a replantear acciones bajo nuevos paradigmas. Y en esto se basan el análisis y la propuesta de Carrion: redefinición de los conceptos de ciudad y gobierno de la ciudad, a la luz de las urgencias que plantean tanto las nuevas tecnologías de comunicación como el papel cada vez más importante que asumen los medios masivos, pero sobre todo, a la luz de la urgencia de concebir la vida social de la ciudad de manera más democrática, es decir, más participativa. Y de allí, insisto, su perspectiva política.

### **La comunicación es estratégica**

Considerando, en efecto, que una política de comunicación del gobierno de una ciudad es imprescindible, creo, sin embargo, que el problema principal para que ello sea efectivo es que aún prima un criterio instrumental de la comunicación. En otras palabras, la comunicación es concebida y asumida tan solo como una herramienta para hacer o lograr algo. Y al hacerlo así, se olvida, a mi juicio, su carácter estratégico.

Concebir la comunicación como un instrumento es pensar que puede ser cambiada por otro en cualquier momento. Concebirla, en cambio, como una estrategia es aludir a su carácter decisivo para el desarrollo de políticas y acciones; es aludir a una suma de políticas que requieren tanto de organización como de comunicación para ser llevadas a la práctica y alcanzar sus objetivos.

Dicho de otra manera, la comunicación es estratégica, no instrumental ni funcional. Y este es un criterio que debería ser interiorizado por el gobierno de una ciudad en su relación con la ciudadanía, y también por los diversos actores de una sociedad. Y no me refiero a las estrategias definidas actualmente por el *marketing*, es decir a la construcción y proyección de una imagen positiva –generalmente de la primera autoridad municipal– que trata de atrapar audiencias y producir réditos electorales. Pienso en términos de relaciones socio-políticas, y más si estas relaciones se orientan a construir una nueva trama urbana.

Por esto, me atrevo a afirmar que si de crisis urbana se habla, más allá de las complejidades que implica el creciente proceso de urbanización de la región, de factores económicos, de desarrollos sociales desiguales y los problemas que estos también traen consigo, en esa crisis urbana tienen que ver la concepción y la práctica de comunicación que ha tenido o tiene el gobierno de una ciudad; sin duda, estas han abonado el terreno para ahondar esa relación deteriorada y distante entre autoridades municipales y habitantes del núcleo urbano, de la que habla Carrión, y que es uno de los antecedentes señalados que nos convocó al seminario.

En efecto, ese criterio de comunicación instrumental y verticalista, de un emisor que lanza un mensaje unívocamente y que no espera retroalimentarse –porque no le interesa la respuesta del otro lado– refleja también conceptos y prácticas de gobierno y democracia. Por ello, esos conceptos y prácticas de comunicación han limitado, o más bien anulado, como dice Carrión, la relación entre gobierno local y ciudadanía.

Estoy de acuerdo parcialmente con él, cuando afirma que el "proceso de construcción de un proyecto social para la ciudad requiere de una política de comunicación que rompa con los desencuentros... y parta de la consideración que todo pacto social urbano –para ser tal– requiere la incorporación de un proyecto de comunicación". Parcialmente, porque más que un proyecto de comunicación, que implicaría una suma de actividades para conseguir un objetivo, cabe hablar, insisto, de una estrategia de comunicación que alude no solo a actividades sino y fundamentalmente a conceptos y políticas.

Insisto en la comunicación como estrategia porque, aunque el estudio de las relaciones entre ciudad y comunicación es más bien reciente y se ha desarrollado al calor de las nuevas tecnologías y los medios masivos de comunicación y su influencia en la vida social, se hace aún más necesario, por lo mismo, reconceptualizar el papel de la comunicación en las políticas públicas.

Concebir políticas públicas o privadas sin políticas de comunicación es como concebir la vida social sin comunicación. Y no me refiero al uso de los medios masivos para la difusión de esas políticas, sino a la simple necesidad de poner en común lo mío, lo particular, con

lo grupal o lo social. Con esto quiero reiterar que las políticas públicas no pueden ser tales si no están acompañadas de políticas de comunicación.

Toda estrategia política implica una estrategia de comunicación. Porque ¿qué son, si no comunicación, las interlocuciones, las negociaciones, las formas de articulación entre los diversos estamentos de una sociedad y entre los gobiernos locales o nacionales con la ciudadanía y sus organizaciones?

## **Relaciones sociales, relaciones de comunicación**

Bien afirma Carrión: "la comunicación es una relación social". Pero digo más: las relaciones sociales son relaciones de comunicación. Darle un carácter comunicacional a las relaciones sociales hace necesario preguntarse acerca de la comunicación como proceso y producto de diversas prácticas sociales y no solo de tecnologías o de medios; es decir, más que como información o adquisición de ciertos conocimientos, como relación que conlleva un para qué. (Orozco Gómez 1998). En otras palabras, una política de comunicación concebida como estrategia, significa pensar sobre todo en qué es lo que se persigue con esa política.

Este 'para qué' se torna fundamental cuando se hacen propuestas para diseñar una política de comunicación que apunta a constituir proyectos de ciudad y/o gobiernos locales distintos, cuyos objetivos sean crear y consolidar prácticas sociales que tengan como base una mayor participación de la ciudadanía en los problemas de su entorno y en la búsqueda de soluciones. Ello implica, a su vez, reforzar canales y formas personales y grupales de comunicación, y no dejar a los medios masivos de comunicación la responsabilidad de ser forjadores de ciudadanía.

En esta época de 'masmediación' de las sociedades, el incremento del flujo de información se convierte, paradójicamente, en interferencia para la comunicación interpersonal y grupal. Insisto en esto porque para forjar ciudadanías hace falta mucho más que medios masivos y el papel que estos puedan asumir. Hace falta, como dice el mexicano Guillermo Orozco, "rescatar la comunicación" –perdida en el maremagnum de información que casi nos inunda– como proceso, causa

y efecto de prácticas sociales, y no como producto informativo de los medios y las tecnologías.

## **Crear otros escenarios y otras mediaciones**

Una de las consecuencias más negativas de la crisis urbana en Latinoamérica, es que a la "opulencia informativa en las ciudades principales se opone un real déficit de comunicación y de estímulos a la deseable relación entre las personas" (Alfonzo 1998).

En esa perspectiva, hace falta entonces crear otras 'mediaciones', es decir otros espacios, otros escenarios dentro de la misma vida urbana. Tomando el criterio de Jesús Martín Barbero, esas otras mediaciones serían las prácticas sociales. Y es el fortalecimiento de estas (que son también prácticas de comunicación, insisto) lo que permitirá desarrollar un diálogo social entre los diversos actores. El diálogo social es lo que hará posible lo que Fernando Carrión señala como nuevo pacto social urbano.

Ahora bien, si por un lado el diálogo –que además alude a comunicación– es base para el pacto social, se hace también necesario pensar en quiénes son los protagonistas de ese pacto, para qué y cuáles son sus bases.

En cuanto a los protagonistas, en este caso se trata del gobierno de la ciudad y la ciudadanía. Pero hace falta concretar esta categoría. En nuestras democracias, aún excluyentes, hay instancias asociativas y organizativas que trascienden las tradicionales del partido político, por ejemplo, y que constituyen lo que ahora se llama sociedad civil; son representantes de diversos sectores socioeconómicos y políticos, no un nuevo sinónimo de pueblo. Desde esta óptica, la sociedad civil alude más bien a las diversas formas de organización que han asumido grupos ciudadanos generalmente excluidos de la toma de decisiones y la participación comunitaria en mayor escala.

De allí, de la exclusión, el surgimiento de los movimientos sociales constituidos por indígenas y otros grupos étnicos, mujeres, jóvenes, niños y niñas –para citar unos pocos– con el propósito fundamental de obtener el respeto a sus derechos y, en esa medida, buscar la participación en las decisiones políticas. Esto no es otra cosa que la búsqueda del status de ciudadanía y la ampliación de la democracia.

Para citar un caso, las agrupaciones por los derechos de niños y niñas, que en la nueva Constitución del Ecuador son considerados como ciudadanos y ciudadanas, son resultado no solo de organizaciones creadas con un fin específico, sino también de acciones comunicativas implícitas en las negociaciones, en las articulaciones con los intereses de otros grupos, y que son parte inherente del proceso de construcción de ciudadanía. Lo mismo ha ocurrido con el movimiento de mujeres para lograr la incorporación de los derechos reproductivos y sexuales como derechos constitucionales. O con el de los homosexuales, para obtener el respeto a la libre orientación sexual.

Con estos ejemplos quiero significar que la comunicación entre gobierno de la ciudad y ciudadanía pasa a través de grupos concretos, lo cual exige tener en cuenta las particularidades de cada uno, sus necesidades y demandas. Insisto también en que la búsqueda de la igualdad participativa tiene que considerar más que nunca las diversidades (etarias, de género, regionales, étnicas, por citar unas cuantas) que se dan en este espacio geosimbólico y de múltiples identidades, que es la ciudad.

Apuntar a la igualdad en la participación política considerando las diversidades, no es solo una cuestión de respeto a los derechos humanos sino de adopción de formas específicas de comunicación, de acuerdo con necesidades y demandas particulares, reitero. Esto forma parte también del criterio de la comunicación como estrategia y es, sobre todo, base para el nuevo pacto social urbano que se persigue y que trata de superar los baches y las brechas de nuestra actual democracia.

En otras palabras, el nuevo pacto social urbano tiene que incluir el respeto a las diversidades. Y el respeto a las diversidades no es posible sin rescatar la comunicación, como decía antes; sin ponerse en relación particular con grupos específicos. Hoy, un nuevo pacto social no puede ser concebido sin la participación de las mujeres y sus organizaciones y de otros grupos antes excluidos, convertidos en espacios de construcción de ciudadanía.

En la perspectiva de la adopción de un nuevo pacto social urbano, considerado como proceso y resultado de la comunicación entre municipio y ciudadanía, quiero subrayar el concepto de Mary G. Dietz sobre la ciudadanía de las mujeres. Ella plantea que debe ser sobre todo el actuar político lo que defina el análisis y la práctica de las muje-

res como ciudadanas. Y añade que las virtudes, relaciones y prácticas deben encauzarse hacia la participación democrática, lo cual definiría democracia y ciudadanía como un compromiso colectivo y de participación de la gente en la resolución de los asuntos de su comunidad (Dietz, citada en Loría 1998).

La relación de las mujeres en esta forma de ciudadanía –dice Cecilia Loría– es la participación con los pares sin renunciar a las diferencias y sin que estas se conviertan en pretexto para la desigualdad (op. cit). Al respecto, la comunicación en función de las particularidades es fundamental.

### **Cambiar la forma de comunicación**

Finalmente, cabe señalar que recuperar la condición de cercanía (que es, según Carrión, uno de los aspectos para la redefinición de lo municipal) depende también de una nueva manera de entender la comunicación entre municipio y ciudadanía. La comunicación, más que nunca en este caso, debe ser de doble vía, es decir, un ir y venir de demandas y propuestas para la búsqueda de soluciones. Un ir y venir porque las entidades municipales no pueden esperar que sea la sociedad civil la que se acerque a presentar quejas o demandas. Una política de comunicación debe implicar una política de acercamiento entre el municipio y las diversas agrupaciones de la ciudadanía. Y no solo como una manera de detectar necesidades sociales sino de cambiar la forma de relación, que es cambiar la forma de comunicación.

Si bien es cierto que los medios de comunicación son importantes como canales a través de los cuales la entidad difunde sus políticas y ejecutorias, en una nueva acción municipal hace falta rescatar la comunicación. En otras palabras, construir escenarios particulares en medio de ese escenario múltiple de formas de comunicación que es la ciudad.

Quizás así, en el actuar localmente pero pensando globalmente, como dice una muy conocida propuesta de las agendas de desarrollo, las ejecutorias municipales podrían ser potenciadas a fin de que la ciudad trascienda el espacio local y la ‘cosmopolización’, de la que habla Carrión, tenga otro significado. Pero más que eso, que la potenciación de las acciones locales contribuya a crear y consolidar formas de participación de la ciudadanía.

Por lo dicho, no comparto el criterio de concebir la ciudad como un medio de comunicación. Si bien esta propuesta de Carrión es resultado de una nueva y enriquecedora lectura de la ciudad, y parte de la intención de establecer vínculos distintos entre gobierno local y ciudadanía, creo al mismo tiempo que requiere de algunos ajustes conceptuales, pues así formulada manifiesta una concepción restrictiva de la ciudad y un concepto instrumental de la comunicación, al que me he referido anteriormente.

Cabe, sin embargo, reiterar que comunicación es mucho más que el papel que hoy desempeñan los medios masivos y la influencia que ejercen en la sociedad. Y la ciudad es, a mi juicio, mucho más que un medio que transmite un mensaje. Quizá así pueda concebirse al municipio como institución, es decir, un medio a través del cual el emisor (para este caso el gobierno local) pasa su mensaje a un público (que sería la ciudadanía).

Pero si se trata de cambiar la relación entre gobierno de la ciudad y ciudadanía, prefiero pensar en la ciudad como un escenario de múltiples y diversas relaciones sociales que producen múltiples formas y relaciones de comunicación. Porque allí se podrían crear otras 'mediaciones' y rescatar la comunicación sobre la base de las particularidades de los grupos ciudadanos.

## Referencias Bibliográficas

Orozco Gómez, Guillermo

1998 Las prácticas en el contexto comunicativo. *Revista Chasqui* (62), CIESPAL: Quito.

Alfonzo, Alejandro

1998 El centro histórico como contenido, espacio y calidad de comunicación para la ciudad. *Revista La Era Urbana* 1, Quito: PGU/ALC.

Loría, Cecilia

1998 Género, ciudadanía y participación democrática en las ciudades. En: Rosario Aguirre, et al. *Los gobiernos locales desde una mirada de género*, pp. 115 y 116. Quito.

## **Parte II**

### **Ciudad, ciudadanía y comunicación**



## **Ciudadanos de la ciudad: cambios e incertidumbres comunicativas**

*Rosa María Alfaro Moreno\**

Hoy no podemos comprender las dinámicas comunicativas de la ciudad sin ubicar su referencia en el contexto de globalización de la economía y de mundialización de la cultura que vivimos, el que reorganiza las formas y sentidos de construcción del poder. La paulatina eliminación de las fronteras reales y simbólicas desde el advenimiento de la modernidad llega hoy a formar procesos de ampliación de los imaginarios individuales y colectivos, desterritorializándose los sentidos de pertenencia y desprendiéndose de su tradicional asociación a la idea (organizativa, política y cultural) del estado-nación (Ortiz 1997). La migración creciente de los latinoamericanos hacia las grandes metrópolis sosteniendo la economía interna de sus familiares en los países de origen y la conexión massmediática con la oferta comunicativa internacional directa, por cable, internet o transmisión doméstica, son significativas y didácticas figuras que muestran una compleja red de interacciones que se reproducen y sostienen en otras, brindando otro panorama comunicativo inserto en la producción y reproducción a escala mundial, de relaciones económicas, políticas y culturales.

Estaríamos así, asistiendo a una compleja percepción de los sujetos sobre sí mismos y los ámbitos a los que sienten pertenecer, más aún

---

\* Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA.

cuando la información y las decisiones de cada Estado muestran sin vergüenza cuan permeados están por grandes decisiones supranacionales. Parecería emerger una ciudadanía del mundo, abierta y dispersa, en la que el espacio de las ciudades sería su coordenada de concreción más real, tendiendo a relativizar tanto los espacios tradicionales nacionales de socialización e identidad como de su articulación a los sistemas de poder (apolitización); lo que permite pensarnos más como ciudadanos de ciudades que de naciones. Nuevas identidades que al desengancharse de las fronteras de los países conforman pertenencias ambiguas sin posicionamientos claros frente al país y el nuevo orden mundial. Estamos aún muy lejos de recomponer el sentido universal de la ciudadanía en el mundo basada en la ética de la responsabilidad, desde la perspectiva de gestar nuevos sentidos utópicos que algunos autores tratan de levantar (Cortina 1997). Hoy esa supuesta conexión abierta y básicamente urbana tiende a perder el sentido del sí mismo en la política y oscurece la importancia de la participación directa y responsable de los ciudadanos. Así la ciudad se convierte en un nuevo eje estratégico para mirar y pensar la ciudadanía en este contexto de globalización.

### **La ciudad sin fronteras: desde la mirada del barrio hacia la política**

La fragmentación social existe, sin embargo. La globalización otorga validez a las parcelas. Pues a la par que se crean las grandes empresas y redes institucionales que entrecruzan el mundo a partir de la mercantilización, los ámbitos intermedios pierden forma y sentido, el tejido social se debilita y con él sus instituciones políticas. Los procesos de individuación son intensos. El mundo personal como fuerza centrífuga, organiza las comprensiones e inserciones cotidianas, conectándose así con el mundo local relacionado con la vivienda, la alimentación, el ejercicio de la sociabilidad primaria, el acceso a lugares de recreación y fiesta. Lo ciudadano paradójicamente también se localiza, pero dentro de una figura secularizada de la vida política de los países y el mundo, acercándose más a la idea del ciudadano vecino.

## *El ciudadano vecino*

En un sondeo realizado en el Perú durante el presente año<sup>1</sup>, la mayoría de los peruanos se nombran a sí mismos con el nombre ciudadano. Pero hay también quienes se autotitulan peruanos, mientras que otros, en la misma proporción se llaman a sí mismos pobladores o vecinos. Tomemos en cuenta que tanto el gobierno como la sociedad civil realizaron una gran propaganda acerca de la autodefinición ciudadana aunque cargada de diversos sentidos. Si bien esa ciudadanía sin destino preciso tiene peso, está cruzada de otras denominaciones, es como una característica errante. Mientras que el 54% resalta la pertenencia casi universal a una sociedad específica, otros (35.9%) subrayan la peruanidad apelando a la nacionalidad, y están quienes compiten (35.4%) con identidades más propias de la condición de habitantes de la ciudad. Muy pocos se autonombbran *personas del pueblo* o miembros de una iglesia. Las definiciones que separan tajantemente a unos de otros más bien tienden a diluirse, mientras que surgen aquellas que apelan a la igualdad y son abarcativas. El liderazgo y la militancia no definen, salvo excepciones. Estaríamos ante identidades que señalando dos opciones se mueven entre diferentes percepciones de sí mismos, tendiendo a tener hegemonía la ciudadanía. Pero, lo más notable es la perspectiva de integración de la mayoría de las autodenominaciones, la identidad no pasa por la diferencia sino por formar parte de algo aglutinante.

El peso de lo vecinal es probable que tenga que ver con la migración y la ocupación de las ciudades, por ello se perciben como vecinos o pobladores, logro social conquistado, y no precisamente como ciudadanos de derecho. Deben jugar a favor las historias políticas de cada sujeto, pero también pesan las crecientes experiencias de las elecciones municipales dirigidas al ciudadano-vecino elector y la organización nacional de una voluntad política de descentralización del poder como tema de debate y en tanto deseo colectivo.

Evidentemente, lo local más específico es el punto de llegada y de partida para conectarse con otros ámbitos. Hay una convivencia

1 "La democracia también se hace con los medios". Sondeo. Alfaro, Calandria, Julio 1998.

puesta en ejercicio desde allí, redes de relaciones que se entretejen territorialmente, lugares que se hacen públicos o se prohíben en el vecindario, cooperación o ayuda en momentos difíciles (Reguillo 1996). Y desde el punto de vista de las valoraciones, el acceso al desarrollo se mide por el entorno que rodea al lugar de residencia y al derecho de una vida digna. El poblador no puede avanzar solo, requiere de los esfuerzos comunes para acceder a pistas, veredas y servicios públicos diferentes. Se necesita de otros para establecer derechos, obligaciones y responsabilidades comunes que funden un marco colectivo de progreso. De allí que tanto en el campo simbólico como en el político se creen sentidos de pertenencia o lazos entre la gente con respecto a una localidad, sea entendida como barrio, zona o distrito. De un lado porque se acumula una historia y un conjunto de rasgos culturales y porque “la nostalgia de los horizontes cerrados, intimidantes y sosegantes a la vez, sigue aún afincada en nosotros como individuo y sociedad”. (Vattimo 1990:87).

### Cuadro Nº 1

**De las siguientes frases, escoja dos que describan bien lo que usted siente que es frente a la sociedad**

#### *Respuestas a nivel Nacional*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
Vecino o poblador	460	22,3	35,4
Ciudadano	702	34	54
Líder	22	1,1	1,7
Militante	15	0,7	1,2
Peruano	466	22,6	35,9
Persona del pueblo	205	9,9	15,8
Miembro de una Iglesia	187	9,1	14,4
Otros	9	0,2	0,8
Total de Respuestas	2066	100	159

2 Casos nulos; 1.299 Casos Válidos

## *Poder local y ciudadanía*

El poder local se origina en el barrio y no en principios esencialistas de identidad porque más que ser de un lugar, es estar en él, es un *aquí vivo* que compromete redes sociales diversas y sentidos que no solo se quedan dentro de ese barrio sino que la interacción social compromete hasta niveles políticos del distrito y la ciudad. Esta visión, entonces, define la integración urbana basada en la gestación de comunidades de residencia y de comunicación, asociaciones y organizaciones que se forman no por su cuantificación sino para garantizar una mejor calidad de vida incluyendo la socialización, pues si se vive en ese lugar, hay que cuidarlo (Cruces, Díaz de Rada 1996). Evidentemente este trazado es diferente según sectores sociales donde se enrarece esta línea integrativa a la ciudad, al funcionar otras más significativas como el acceso a los bienes de consumo general y al trabajo, entre otras.

Pero, la existencia de autoridades e instancias de poder local, que si bien se nutren de supuestas fronteras territoriales, justifican la existencia de sentidos políticos que se ejercen cuando se vota por el alcalde municipal, cuando se debe pagar impuestos o realizar trámites, cuando hay que mejorar los servicios, cuando se pide protección y seguridad a la comisaría o se recurre a un juzgado de paz, al celebrar la fundación distrital. Sentidos muy articulados hacia dentro del barrio y la vida personal, más disímiles y tenues hacia el afuera, en el poder central e internacional.

De hecho, la experiencia política vecinal está viviendo procesos de mayor compromiso y satisfacción política en los últimos tiempos, después de la debacle que significó la década de los ochenta y los inicios de los noventa. Para los ciudadanos, las elecciones municipales son importantes (59.7%), incluyendo a quienes las ponderan más (31.7%). Muy pocos le restan mérito. Al parecer estamos lejos de aquellas épocas donde se consideraba irrelevante el municipio. Elegir a las autoridades locales forma ya parte de las obligaciones políticas. Y en muchos lugares, la opinión sobre el funcionamiento de las municipalidades ha mejorado, hay menos gente arrepentida de su voto<sup>2</sup>. No

2 Encuesta realizada en Lima cuyo informe está titulado "De igual a igual". Alfaro, Calandria, Marzo 1998.

estamos así frente a una campaña de promesas engañosas o de elecciones de candidatos que no existen (como sucedió antes). El gobierno local ha cobrado sentido, la ciudadanía adquirió capacidad crítica y cierta confianza. Parece haber más conciencia sobre el municipio y sus tareas y los retos a los que se debe enfrentar.

**Cuadro N°2**  
**En su opinión y de acuerdo a su experiencia,**  
**las elecciones municipales son:**

*Respuestas a nivel nacional*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>% válido</b>
Muy importantes	412	31.7	31.7
Importantes	775	59.6	59.7
Poco importantes	84	6.5	6.5
Nada importantes	27	2.1	2.1
NS/NR	1	0.1	0.1
Casos Nulos	2	0.2	
<b>Total</b>	<b>1301</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Casos válidos 1299; Casos Nulos 2

Las razones que se esgrimen son muchas. Un conjunto de ellas giran alrededor de la necesidad de elegir a una autoridad local que se dedique al distrito. Las ciudades y sus distritos requieren de gobernantes locales para mejorarla. En esa línea, se presentan hasta opiniones que resaltan la posibilidad de organizar la ciudad y el desarrollo de la población. Se alude a asociaciones de vecinos para generar progresos distritales o ciudadanos. La idea de progreso y desarrollo está presente articulada a la idea de ciudad como espacio de intervención cercano.

Otros usan sentidos democráticos para argumentar a favor. Unos formales, aludiendo que, así se elige y se cumple con una obligación. Otros en cambio, valoran la representación que la población necesita. O el ejercicio de un derecho. O porque se generan relaciones comunicativas entre autoridades y población (orientación y preocupación por el pueblo, permite conocer opinión del pueblo).

Un porcentaje menor pero significativo señala que es importante la elección porque permite cambiar de alcaldes y es bueno hacerlo, re-nueva personas y posibilita ideas o propuestas nuevas, se puede buscar a otros más capaces. Es decir, hay una comprensión modernizadora en sus argumentos. El cambio y la renovación estarían actuando a favor.

Si bien no faltan quienes buscan a una autoridad que ponga orden, en general, se nota una significativa asociación entre municipio y desarrollo local (aunque no muy específico), con perfil democrático. Y se plantean relaciones ciudadanas cercanas, es decir se percibe un espíritu de comunidad en beneficio del mejoramiento del distrito. Atmósfera de acción y colaboración que permitiría una mejor calidad de vida y un sentido de seguridad interna entre los vecinos.

### *Una nueva redefinición ciudadana del poder en la ciudad*

Así, lo local es un lugar cercano y visible, controlable. Se lo mira y se lo usa de manera cotidiana; lo público se hace posible, se puede organizar la vida acercándola a la política; la gestión pública se desacraliza pues pierde poder para ganar participación. De hecho, la gente es más irreverente y protesta más, tiene más elementos para juzgar al alcalde: así mismo es un lugar estratégico para mirar la gestión política nacional, un lugar desde donde es comprensible la descentralización del poder.

A nivel de las identidades culturales, generacionales, sexuales o sociales de los sujetos, éstas se construyen desde ámbitos más amplios, nutriéndose de la experiencia local. Pero, la trascienden en esa necesidad de circulación y en cómo cada barrio o distrito forma parte de un todo urbano por donde es posible transitar. Así, se debería redefinir lo local como lugar de frontera abierta y tener como horizonte de apertura la gran ciudad, territorio abundante y sin límites, en crecimiento permanente en la que tiene sentido mirar y disfrutar, donde sería más factible progresar.

Paradójicamente, lo ciudadano pasa por la localidad pero no se queda en ella. El eslabón entre el mundo del barrio y el nacional o internacional se viabiliza en la ciudad, la que oficia de lugar de aventuras, pero también funciona como puertas abiertas para entrar y salir hacia otros universos. Destino y pasaje de la nueva modernidad. Desde el fragmento es posible la integración a la ciudad y al mundo, donde lo nacional ocupa un lugar más administrativo, una especie de aduana

multiusos. De allí la importancia que adquiere la calle como lugar público que nos pertenece no solo porque transitamos por ella sino por su circularidad, permitiéndonos el intercambio y la aventura, una movilidad territorial y cultural por encima de la social, que pone en el debate la convivencia para saber compartirla.

La ciudad es así el gran referente de lo local, donde se es ciudadano hoy. La convivencia en ella resulta el gran reto cotidiano, aunque cargado de conflictos. La gran pregunta es si en ese tránsito o viaje del barrio, a la ciudad y el mundo es posible construir ciudadanías sólidas que se enfrenten a la problemática del poder y su organización democrática, si lo público vecinal es suficiente para generar participaciones que conformen una sociedad que desde sí misma define y controla la política frente al mundo y desde países como los nuestros débilmente insertos en la economía mundial.

### **Televisión, radio y prensa en las territorialidades políticas**

Los medios son importantes para situarse y entender nuestra realidad política, ayudando inclusive a tomar decisiones y gestar opinión, a promover procesos de construcción de culturas políticas. Con distintos pesos, estos diferentes medios cubren informaciones de las distintas esferas de la vida pública del país. Mientras que la radio y televisión mantienen su importancia en las diferentes ciudades donde se desarrolló el sondeo ya citado, la prensa escrita es cambiante, depende de cada lugar y de lo que este medio significa; el proceso vivido cuenta. La televisión, como en muchos otros países, es el medio político por excelencia que llevó a muchos autores a llamarla como la máxima expresión de la *videopolítica*.

#### *La ciudad audiovisual*

Al preguntar cómo se enteran de lo que pasa en la ciudad, los peruanos indican que es a través de la televisión (83.6%) y luego de la radio (69.6%). La prensa tiene menos importancia porcentual (44.7%), sin embargo sigue siendo significativa. Lo que sí tiene muy poco peso son las redes sociales de familiares, vecinos, amigos y organizaciones. Al parecer no representan ni hablan de la ciudad como conjunto y realidad. En algunas ciudades del interior, la radio es más



importante que la televisión para enterarse de la problemática y vida de la ciudad; en otras compiten, la prensa es valorada en aquellos lugares donde hay una experiencia consolidada vinculada al ejercicio político de partidos. Lima es un caso especial: la televisión es mucho más importante, su porcentaje es altísimo (es coherente con los noticieros nacionales que levantan las imágenes de la capital por encima de las otras) que con respecto a la propia radio. Y curiosamente la prensa es importante para muchos más ciudadanos en Lima que la radio. Al parecer este medio ha disminuido su valor informativo, probablemente en aras de lo musical.

**Cuadro N°3:**  
**¿Cómo se entera de lo que pasa en su ciudad?**

*Respuestas a nivel Nacional*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
De la televisión	1087	37,7	83,6
A través de la radio	906	31,4	69,6
De la prensa	581	20,2	44,7
De los vecinos	120	4,2	9,2
De los amigos	95	3,3	7,3
De los familiares	45	1,6	3,5
Volantes	24	0,8	1,8
De la organización	6	0,2	0,5
Por observación directa	3	0,1	0,2
Mercado	1	0	0,1
Impreciso/viciado	2	0,1	0,2
Otros	11	0,4	0,8
<b>Total Respuestas</b>	<b>2881</b>	<b>100</b>	<b>221,4</b>

1.301 Casos válidos

Ante la pregunta de qué medios usa para enterarse de la actualidad política de su ciudad, la *radio local* asume la delantera (46.2%). La televisión nacional que sigue teniendo peso (41.6%), para muchos dice más sobre las ciudades propias que la televisión local (32.1%), quizá por su escasa producción pero también por no centrarse en cuestiones políticas. Los periódicos locales son anotados más que los nacionales para describir las relaciones de poder en la ciudad. En cambio, la radio, la televisión y el periodismo nacional estarían alejados del mundo urbano de las provincias, no lo representan, comprobando así el desarrollo centralista de nuestros sistemas sociales y políticos de comunicación. En cambio en Lima, lo nacional describe bien lo local y viceversa desde los diferentes medios. Los comentarios de vecinos no fueron seleccionados, ello indica que la política desfila fundamentalmente por los medios.

**Cuadro N°4:**  
**¿Qué medios usa para enterarse de la  
actualidad política de su ciudad?**

*Respuestas a nivel nacional*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de resp.t.</b>	<b>% de casos</b>
Radio local	600	24.1	46.2
Televisión nacional	541	21.8	41.6
Televisión local	417	16.8	32.1
Radioemisora nac.	335	13.5	25.8
Periódicos locales	313	12.6	24.1
Periódico nacional	224	9	17.2
Comentarios de vecinos	2	0.1	0.2
Encuestas	1	0	0.1
Ninguno	52	2.1	4
Impreciso/viciado	1	0	0.1
NS/NR	1	0	0.1
<b>Total de respuestas</b>	<b>2487</b>	<b>100</b>	<b>191.3</b>

1 caso nulo; 1,300 casos válidos

*El distrito con la radio y la gente*

Frente a la pregunta de cómo se entera de lo que pasa en su distrito, la radio sube más (50.3%) pero manteniendo el equilibrio con la televisión (48.5%), a pesar de la escasa producción televisiva en las zonas; y baja casi 5 puntos la prensa con respecto a un contacto más am-

**Cuadro N°5:  
¿Cómo se entera de lo que pasa en su distrito?**

Respuestas a nivel nacional

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
A través de la radio	644	25.4	50.3
De la televisión	621	24.5	48.5
De los vecinos	459	18.1	35.8
De la prensa	315	12.4	24.6
De los amigos	182	7.2	14.2
De los familiares	97	3.8	7.6
Volantes	71	2.8	5.5
De la organización	62	2.4	4.8
No se entera	33	1.3	2.6
Por observación directa	15	0.6	1.2
Boletines	7	0.3	0.5
Alcalde vecinal	2	0.1	0.2
Mercado	2	0.1	0.2
Revista de la Municipalidad	2	0.1	0.2
Otros	16	0.5	1.3
Ninguno	1	0	0.1
Impreciso/viciado	2	0.1	0.2
<b>Total de respuestas</b>	<b>2531</b>	<b>100</b>	<b>197.6</b>

20 casos nulos; 1.281 casos válidos

plio de ésta con la ciudad. En algunas ciudades, la radio es referente clave del mundo local. Pero, la radio en Lima nuevamente decrece, señalando la pérdida de su fuerza frente al auge televisivo. Esta vez los vecinos y amigos aparecen como fuente de información y conversación de la vida del distrito más que la propia prensa. Muchos limeños reconocen el papel comunicativo entre pobladores. Cabe preguntarse porqué crecen las redes sociales y directas de intercambio con más importancia en este ámbito, quizá es porque los medios masivos no satisfacen las demandas sobre esta esfera y merecen más confianza los pares, los cercanos desde el contacto directo. El espacio local es el que permitiría mayores articulaciones entre medios y redes de comunicación, entre vida comunitaria y tecnologías, entre el conocimiento concreto por vivencias y el consumo de medios.

### *El país se mira en la TV*

Para enterarse de la realidad política del país, como también se puede inferir de las respuestas anteriores, la televisión nacional cobra ascendente relevancia (79.7%). Más lejos están la radioemisora (51.7%) y el periódico (34.4%), ambos nacionales aunque también pesan.

Podemos deducir no solo que la política y las diferentes esferas públicas se construyen en relación con los medios, sino que la televisión tiene más relevancia en los ámbitos nacionales y que lo local es más bien remitido a la radio y la prensa. Aunque se comprueban diferentes modos de conectarse, cada ciudadano comprende su realidad desde diversos medios, combinándolos.

Es decir, el contacto con la ciudad de las y los ciudadanos, a partir de las noticias como desde las referencias políticas más temáticas se encuentra en los medios y no solo está en los diferentes ámbitos públicos, incluida la calle. El enganche de la televisión hacia el mundo es el más significativo. Lo local es lo más armonioso e integral en términos comunicativos y desde allí parte un enredo de medios que a medida que más crece y se desterritorializa lo vivido es cada vez más una experiencia massmediática. Más aún, si interpretamos tales consideraciones con la afirmación subyacente de que *la política se mira* y no se toca.

**Cuadro N°6:  
¿Qué medios usa para enterarse de la  
actualidad política del país?**

Respuestas a nivel nacional

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
Televisión nacional	1025	41.6	79.7
Radioemisora nacional	665	27	51.7
Periódico nacional	442	17.9	34.4
Radio local	151	6.1	11.7
Televisión local	83	3.4	6.5
Periódicos locales	50	2	3.9
Teléfono	1	0	0.1
Cartas	1	0	0.1
Ninguno	42	1.7	3.3
Otros	1	0	0.1
NS/NR	2	0.1	0.2
<b>Total Respuestas</b>	<b>2463</b>	<b>100</b>	<b>191.5</b>

**El ciudadano en repliegue desde la ciudad-noticiero  
y despoltizada**

Evidentemente, la experiencia del ciudadano cotidiano sobre la gran ciudad cuando sale de su localidad, se sitúa en ese lugar del pasaje y la aventura, deja su condición de ser vecino para convertirse en viajero de la misma cuando transita por ella, ya sea para trabajar, ir de compras o de paseo y diversión. Si bien la localidad donde vive y a la cual pertenece está en el barrio y el distrito y desde allí se conectan con la metrópoli, su condición ciudadana se redefine, especialmente en los últimos tiempos de tanta violencia, restringiendo la posibilidad de ejercer comunicaciones de ida y vuelta. Si bien deja sus huellas comunicativas en la ciudad, los mundos subjetivos son atravesados por el miedo, en muchas ciudades latinoamericanas.

### *Los miedos*

La ciudad se convierte por momentos en un escenario sin una dramaturgia central, cuyos conflictos explotan en un lado y otro, donde sus personajes no quieren ser protagonistas, reafirman el anonimato, esquivan su participación en cualquier evento *noticioso*. El drama va con cada uno, dentro, en el que sobrevivir es huir del peligro. No son solo actos de terrorismo, también están robos menores, asaltos, secuestros, peleas entre bandas y pandillas y toda una violencia de cuerpos humanos y sus prologaciones motorizadas donde las reglas existen para violarse y el otro con-ciudadano desaparece para convertirse en adversario. Todo ello dentro de una creatividad inmensa que tiende siempre a sorprender y que se vuelve paradójica frente a la poca innovación en la conducción política de la ciudad. Condiciones actuales que configuran a la ciudad como lugares también de desencuentros y donde la puerta al mundo resulta ser complicada y riesgosa, exigiéndose como única salida, el incremento del control policial que es siempre violento. Esa ciudad agresiva aunque fascinante, implica la interiorización legitimada de un actor que debe responder a la violencia con la misma moneda, fracturándose definitivamente el sentido de convivencia. Los datos reales y los imaginarios urbanos de diferentes ciudades nos dan razón al respecto (Silva 1994).

Ese deseo imposible remite al barrio como lugar comunicativo por excelencia y si bien se está también en peligro, los arreglos entre vecinos son posibles. Los propios delincuentes suelen afirmar que con la gente del barrio no se meten. Otros de sectores sociales medios y altos, en cambio, se repliegan hacia el hogar, el club, el centro comercial donde la asistencia de seguridades particulares y hasta personales suele ser impresionante. La ciudad reproduce las desigualdades sociales aunque son menos transparentes y más interrelacionadas con los territorios y sus destinos simbólicos errantes. El barrio o el hogar es no solo lugar de vida, sino cobijo que facilita el repliegue.

### *Los medios*

El contacto comunicativo con la ciudad se da a través de las noticias, las que a su vez desde el interior de un hogar más o menos se-

guro, el ciudadano se entera, comprende y reconoce a la urbe de sus temores. Pues los noticieros, especialmente de la televisión, privilegian el acontecer violento sobre otros, reproducen el sentir de la gente, pues la lógica consiste en ahondar ese desconcierto, ciertamente morboso, que desde una espectacularización de la ciudad puede movilizar sus descontentos sin perspectiva de cambio. Es evidente que así se promueve un mayor desapego a la visión política de la ciudad, a conocer y discutir las responsabilidades varias que explican esta anticonvivencia. De esa manera, desde el mundo pequeño de la familia, se mira lo público ciudadano sin ser afectado. No solo la política se mira sino que así consumida, pone en funcionamiento un conjunto de dispositivos de ejercicio de la defensa. Ya Jesús Martín Barbero nos decía que los miedos acrecientan la importancia de los medios.

Frente a las institucionalidades sociales y políticas que se debilitan en esta época, los medios cobran una gran relevancia. En el mismo sondeo realizado, notamos cómo se les otorga un rol fiscalizador sobre las autoridades, son muy importantes para ayudar a definir las votaciones y además discursos y perspectivas simbólicas están siempre desfilando frente a la conciencia valorativa ciudadana.

Los medios ayudan a la mayoría a elegir a las mejores autoridades (23.4% dicen que no frente a 76.5% que dicen que sí ayudan), a muchos les permitiría conocer al candidato (46.6%) y sus propuestas (49%), a más de poner a los que existen en un escenario de carácter comparativo. Las personas y sus ofertas generarían un marco de conocimiento a favor, si es que los medios los presentan, ya que están al tanto de la cuestión (19.8%), situación de consenso que se reitera en las diferentes ciudades. Las campañas electorales, al parecer, no tienen tanta importancia, pero ayudar no significa influir. De hecho, en otras preguntas realizadas sobre la credibilidad de los medios, aparecen actitudes críticas y demandas éticas en relación al modo cómo estos enfrentan la verdad, deformándola, parcelándola, exagerándola, como también se comprueba que la confianza se entrega a unos y no a otros.

**Cuadro N°7**  
**¿Cómo suele usted enterarse de los candidatos/as que**  
**participan en las elecciones municipales?**

Respuestas a nivel nacional

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
Televisión	845	30.3	65.3
Radio	758	27.2	58.5
Prensa	416	14.9	32.1
Volantes y perifoneo	371	13.3	28.6
Mítines	164	5.9	12.7
Visitas de candidatos a lugares públicos	73	2.6	5.6
A través de comentarios de la gente	70	2.5	5.4
En reuniones/asambleas	43	1.5	3.3
Relación personal	38	1.4	2.9
A través de encuestas	2	0.1	0.2
Ninguno	1	0	0.1
No recuerda	2	0.1	0.2
Impreciso/viciado	3	0.1	0.2
Otros	2	0.1	0.2
<b>Total Respuestas</b>	<b>2788</b>	<b>100</b>	<b>215.3</b>

6 Casos Nulos; 1.295 Casos válidos

**Cuadro N°8:**  
**En su opinión ¿los medios de comunicación ayudan**  
**a que la ciudadanía elija a las mejores autoridades?**

Respuestas a nivel nacional

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>%</b>	<b>% Válido</b>
Si	995	76.5	76.5
No	305	23.4	23.4
Casos nulos	1	0.1	0.1
<b>Total</b>	<b>1301</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Casos válidos 1301



Evidentemente, este ciudadano está inserto en ambientes simbólicos y producciones imaginarias diferenciadas y sumamente complejas, sus estrategias están siempre en proceso de redefinición. Sale y entra, no está tranquilo en la medida que la realidad lo impulsa de manera compulsiva a cambiar de tácticas y a desordenar los valores de uso de manera altamente indiscriminada. A pesar de los conflictos crece, pero también se apertrecha en un sentido de pertenencia activo sembrado de límites.

## **La protesta en la ciudad**

En los últimos tiempos asistimos a procesos de expresión ciudadana no tradicional en diferentes ciudades latinoamericanas, analizadas de manera minuciosa por algunos autores (Entel 1996, Reguillo 1996, Cruces 1996), o descritas por los periodismos locales. Se está volviendo a las calles, convocando inclusive a sujetos antes no definidos como actores públicos, como es el caso de los jóvenes universitarios en Perú o los hijos de desaparecidos de Argentina. La ciudad vuelve a dar cabida a la protesta urbana aunque no siempre sea la ciudad el móvil de dicha expresión y aunque el motivo de la protesta no sea satisfecha.

### *Las ciudadanías crecen*

Las experiencias de democratización en Latinoamérica en estas últimas dos décadas configuran un escenario de aprendizajes ciudadanos. Ante una cultura pragmática y clientelista, podemos comprobar que se manifiestan indicios de formación de una cultura política más abierta a la valorización democrática, según grupos y sectores y según las experiencias de Estado que se convoquen desde los gobernantes de turno.

Volviendo al sondeo principal que ilumina este texto, comparamos un reconocimiento ciudadano de sus autoridades locales, pero al pasar a interrogar sobre las influencias que algunas personas ejercen sobre la población, las competencias se amplían, más allá del cargo. El alcalde resulta ser el más influyente a los ojos de la población (39.8%); sin embargo, este porcentaje está lejos del reconocimiento formal como autoridad. El segundo lugar lo ocupan dirigentes (27.3%), el terce-

**Cuadro N°9:**  
**¿Quiénes son las personas de su localidad que influyen en la población?**

Respuestas a nivel nacional

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
Alcalde	516	29	39.8
Dirigentes	354	20	27.3
Vecinos	162	9.1	12.5
Periodistas/comentaristas/ gente de medio	148	8.3	11.4
Regidores	133	7.5	10.2
Líderes políticos	120	6.8	9.2
Religiosos	65	3.7	5
Militares	37	2.1	2.9
Gobernador	29	1.6	2.2
Maestros	28	1.6	2.2
Gobierno Regional	6	0.3	0.5
Presidente de la asociación de propietarios	5	0.3	0.4
Presidente de la región y autoridades	9	0.5	0.8
Compañeros de trabajo	2	0.1	0.2
El presidente y el gobierno central	4	0.2	0.4
Los de mayor instrucción/ Los más capacitados	2	0.1	0.2
Los pandilleros	2	0.1	0.2
Madres de familia	2	0.1	0.2
Otros	19	1.1	1.5
Todos	3	0.2	0.2
Ninguno	78	4.4	6
No recuerdo	6	0.3	0.5
No sabe	47	2.6	3.6
<b>Total de Respuestas</b>	<b>1777</b>	<b>100</b>	<b>136.9</b>

3 Casos Nulos; 1.298 Casos válidos

ro los vecinos (12.5%), y el cuarto periodistas y gente del medio (11.4%). Los líderes políticos están más abajo, cerca los religiosos y los maestros quienes han perdido capacidad comunicativa con la población de las ciudades. Gobernador, prefecto, autoridades de la región (poderes intermedios) no parecen tener peso en este campo, no tendrían ascendencia sobre la población. Es notorio cómo se reconoce la existencia de redes sociales donde actúan dirigentes y vecinos con capacidad de influir. Notamos una cierta convicción de que en una zona, los vecinos y sus dirigentes cuentan, no solo valen las autoridades. Hay una cierta visión comunitaria sobre el quehacer local y algunos medios ayudarían al respecto.

En referencia a si los ciudadanos influyen o no en las decisiones de la municipalidad, es decir, el lado contrario de la relación comunicativa, tenemos dos posiciones importantes. Están quienes afirman que no influyen (55.4%) y quienes dicen que sí (44.6%). En Lima crecen los escépticos y bajan los optimistas; quizá influya la densidad poblacional y la escasa participación vecinal. Sin embargo, es significativo que tanta población valore al ciudadano otorgándole una capacidad de influencia sobre el municipio. No estaríamos ante una relación totalmente vertical y cerrada, permitiría mutuas influencias, por lo menos a los ojos de casi la mitad de la población. Los otros parecen quejarse de que no existe tal peso.

### Cuadro N° 10:

#### ¿Cree Ud. que los ciudadanos de su localidad influyen en las decisiones de las autoridades municipales?

Respuestas a nivel nacional

Categorías	Frecuencias	%	% Válido
No	713	54.8	55.4
Si	574	44.1	44.6
Casos nulos	14	1.1	
Total	1301	100	100

Casos válidos 1287; Casos nulos 14

### *Las protestas siguen vigentes*

Según la población encuestada, cuando existe desacuerdo con alguna decisión de las autoridades municipales, la participación de la población es o puede ser a través de marchas (51.8%), recolección de firmas (28.1%), denuncia a través de los medios (19.6%), reclamo a través de las organizaciones (12.7%), reunión con el alcalde (12%). El cabildo abierto, los oficios y las cartas están en desuso y la espera frente a las próximas elecciones supone una acción a más largo plazo (no se la entiende como reacción al desacuerdo) y el 17.5% afirma que no participa. Las experiencias vividas deben contar. En todo caso, se conocen mecanismos de participación a los que se puede recurrir cuando las decisiones municipales no son justas y afectan a la población.

Pero cuando se actúa en la protesta urbana, se apuesta a su visibilidad, llamando la atención de políticos y medios. Con los primeros, para hacer presión política aludiendo al poder electoral de la ciudadanía y con los segundos para compartir a través de ellos con los demás ciudadanos, en lenguaje de espectáculo y creatividad. Sin embargo, no solo es el hecho preciso el que motiva sino que se vehiculiza la rabia contenida, se hace gala de un poder callejero súbito que no corresponde con el cotidiano y el institucional, de alguna manera es expresión de un poder débil que no se puede hacer cargo de la marcha de la sociedad, movido por la impotencia y que celebra una situación de ruptura. La ciudad ciudadana reclama y condena con los medios a su favor, aunque la hegemonía no haya sido tocada, pues el propio poder ciudadano individual cotidiano y colectivo no está forjado en el sistema cotidiano de gobernar.

Mientras antes la ciudad era solo el escenario de otros espacios de conflicto, hoy, si bien sigue siéndolo, es el único lugar público susceptible de recibir otros sentidos pues es compatible con ellos. La ciudad misma es materia de rechazo y del establecimiento espontáneo de consensos –siempre son aplaudidos por vecinos y transeúntes–. Las protestas se nutren de otros discursos políticos sean nacionalistas o de real impugnación a métodos y sistemas políticos imperantes, como también apela a determinadas solicitudes clientelistas. Incorpora expresiones político comunicativas diversas, se apela a la radicalidad como ritual. La ciudad misma se viste de protesta y poder momentáneo. Apun-

ta a crear agenda pública. En todos los casos es siempre una lucha o reclamo por la dignidad (Cruces 1995) que se vale de mil recursos posibles como todo un sistema expresivo y de poder, aunque luego desaparezca sin garantizar continuidad.

**Cuadro N° 11:**  
**En caso de estar en desacuerdo con alguna decisión o acción de las autoridades municipales ¿qué hacen los ciudadanos?**

Respuestas a nivel nacional

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencias</b>	<b>% de respuestas</b>	<b>% de casos</b>
Marchas	673	33.1	51.8
Recolección de firmas	365	18	28.1
Denuncia a través de los medios de comunicación	255	12.5	19.6
Reclaman a través de organizaciones/asociaciones	165	8.1	12.7
Solicita reunión con Alcalde	156	7.7	12
Cabildo abierto	85	4.2	6.5
Espera próximas elecciones	73	3.6	5.6
Oficios/cartas	73	3.6	5.6
Protestan	3	0.1	0.2
El pueblo se reúne	2	0.1	0.2
Echarlo	1	0	0.1
Piden ayuda al prefecto	1	0	0.1
No sabe	1	0	0.1
Otros	2	0.1	0.2
No participa	177	8.7	13.6
<b>Total de Respuestas</b>	<b>2032</b>	<b>100</b>	<b>156.5</b>

3 Casos Nulos; 1.298 Casos válidos

## Comunicaciones políticas de futuros inciertos

He querido demostrar que la ciudad es lugar y sentido político de las nuevas ciudadanías, fenómeno aún no suficientemente pensado y analizado teóricamente. Es el cruce de palabras, temores, imágenes de los medios, silencios frente a otros conflictos, necesidad de protestar. Es la comunicación misma, destino de diálogos que no se pueden formular. Es un llamado desde el conjunto a la civilidad, el compromiso político, la sensibilidad de la opinión pública. Sin pragmatismos y efectivismos aunque se revistan de ellos y sabiendo que no se apuesta al corto plazo, es de alguna manera un apego al deseo colectivo y la apasionada adhesión a un futuro mejor.

La clientela está siempre al acecho y la autonomía del poder municipal genera distancias de los ciudadanos ciudadanos frente a los poderes centrales. Allí ocurren negociaciones, consensos, diferenciaciones y conflictos.

Comunicar en la ciudad es hacerlo en el corazón de las relaciones entre ciudadanos como al interior de reformulaciones de la política misma, a partir del mundo personal que se extiende hasta la ciudad y luego salta al mundo envolviendo a la nación. En ese complejo terreno, las ambigüedades son muchas, en ese desplazamiento continuo y la apertura del diafragma del ojo local, hay mucho de desacralización de la política, pero aún no hay señas de nuevos sentidos políticos de la ciudadanía misma.

En ella se condensan conflictos y contrapesos, multitemáticas en las que se enreda lo público con lo privado donde la ciudad misma se afirma y pone en cuestión. Se dan cita las diferencias y las exclusiones sociales, hay una pugna por poseer la urbe. "Así la ciudad puede pensarse como un juego asimétrico por las definiciones y redefiniciones de los sentidos sociales de la vida" (Reguillo 1996:468). El desgobierno de lo social es asumido por la ciudadanía comprometiendo diferentes redes sociales y toda la mediología posible. Sin embargo, los horizontes aún no son nuestros. Requerimos de una comunicación que explicita los sentidos políticos de las relaciones ciudadanas. Por ejemplo, una municipalidad no es solo un proceso de planificación difundido o una política de imagen institucional, es hacer visible lo que se entretiene para generar articulaciones reales entre diversos sujetos como entre

autoridades y ciudadanías. Los consensos deben ser explícitos. Es importante hacer el seguimiento de un *empoderamiento* que continúe garantizando la vida. Se trata de nuevos discursos, de debates reales de intercambio que politicen la ciudadanía de la ciudad pero con otros sentidos más flexibles y humanos, más transformadores de la vida concreta y el valor de la gente apuntando poco a poco a superar tanta exclusión. La agenda colectiva debe ser producida de manera integradora, en una gestión educativa de la formación de las demandas ciudadanas como de su puesta en marcha. No basta con un enfrentamiento social sino se provoca una impugnación a la forma de construir poder. Tampoco es suficiente la solidaridad en momentos difíciles sino que hace falta que forme parte de la organización social y política de la vida, toda una nueva comunicación a construir. ¿Será posible?

## Referencias Bibliográficas

Alfaro, Rosa María

- 1988 *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*.  
Lima: Calandria-Tarea, 2º. edición.

Cortina, Adela

- 1997 *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*.  
Madrid: Alianza Editorial.

Cruces, Francisco

- 1995 El ritual de la protesta. Marchas en la ciudad de México.  
Informe provisional. Departamento de Antropología. Programa  
Cultura Urbana en la ciudad de México. UAM-Iztapalapa/Roc-  
kefeller Foundation.

Cruces, Francisco y Angel Díaz de Rada

- 1996 *La ciudad emergente. Transformaciones urbanas, campo político y campo asociativo en un contexto local*. Madrid:  
Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

Entel, Alicia

- 1997 *La ciudad bajo sospecha. Comunicación y protesta urbana*.  
Buenos Aires: Paidós, Estudios de Comunicación.

Ortiz, Renato

1998 *Mundialización y Cultura*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Reguillo, Roxana

1996 *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. México: ITESO, Universidad Iberoamericana.

Silva, Armando

1994 *Imaginario Urbanos*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

*Fuentes:*

Calandria: varios sondeos de cultura política.



## Comentario

*Marena Briones Velasteguí*

### De la oralidad a la escritura

Según deduje después, por circunstancial revelación de la propia autora, sus constantes viajes impidieron que su ponencia escrita llegue a mis manos con la antelación suficiente para que este comentario diera su primer grito de alumbramiento desde la palabra escrita. Así, mis reflexiones en torno a la inteligente y provocadora exposición de Rosa María Alfaro, si bien contaron con un hilo conductor previamente establecido a partir del documento escrito que llegó con ella, sobre todo contaron con el inmediato estímulo de la versión oral de la ponente y desarrollaron su vida al calor de esa improvisada espontaneidad del habla verbal, de la cual no goza la escritura.

He considerado imprescindible señalar esa circunstancia, porque ahora me toca darle rostro impreso a las ideas que el trabajo de Alfaro me suscitó. Hacerlo, pasa forzosamente por la tarea de moldear y ajustar el pensamiento y su expresión a los cánones de rigor que todo texto escrito impone. No sé si me estoy curando en salud, pero siento que al trasladar la oralidad del discurso a la formalidad de la escritura, algunos cuantos cabos no serán atados con la misma energía ni con la misma vieja estrechez de sus lazos.

El compromiso, sin embargo, es proceder en tal sentido. No me queda más que poner las manos sobre el viejo teclado de mi fiel computadora e intentar reproducir lo mejor que pueda el desarrollo de mi comentario.

## Un punto de partida

Tanto en la versión escrita como en su presentación oral, la ponencia de Alfaro, desde mi punto de vista, se construyó sobre la base de una tesis: *La ciudad como lugar y sentido político de las nuevas ciudadanías*.

Me pareció entonces y me continúa pareciendo ahora, que esa idea, no solo que se ajustaba perfectamente a la interpelación que todo el contenido del Seminario nos había hecho, sino que sintetizaba de una manera clara y comprensiva la posición de Alfaro respecto de la articulación entre los tres conceptos: ciudad, comunicación y ciudadanía. La autora textualmente revela, en el último acápite de su texto escrito: "He querido demostrar que la ciudad es lugar y sentido político de las nuevas ciudadanías, fenómeno aún no suficientemente pensado y analizado más teóricamente".

Por las razones anotadas, opté por centrar mis elucubraciones en la indagación de dicha propuesta. Debo, eso sí, advertir que, en principio, pero no integralmente, comparto la consideración de ver a la ciudad como el espacio desde y en donde se gestan y se pueden gestar formas alternativas, nuevas de ciudadanía.

Pero, bien, una vez seleccionada la punta del ovillo, creí necesario volver hacia los días anteriores del Seminario, para retomar los intentos por definir -si es el término que cabe- qué es la ciudad, qué entendemos por ciudad, cómo vemos a la ciudad y qué es comunicación, qué entendemos por ella y cómo la vemos.

Utilizo para ello, los supuestos que Fernando Carrión había dejado establecidos en su precisa y límpida intervención sobre *Gobierno de la ciudad y comunicación*. Me interesaba destacar que, como Carrión dijo, tanto la ciudad como la comunicación son redes de relaciones sociales, pues ello me permitía ubicar ambos conceptos en un mismo plano de aprehensión y me posibilitaba equipararlos para efectos de lo que vendría después.

Viendo a la ciudad como redes de relaciones sociales, Carrión señaló también que *la ciudad es escenario*, lógicamente un 'escenario fundamental'<sup>1</sup> de relaciones sociales. Con ello, quedaban sentadas dos

1 La frase fue tomada de la presentación oral de la ponencia de Fernando Carrión.

características de la ciudad: *ser relaciones sociales en sí*, y, al mismo tiempo, *ser espacio, ámbito donde se tejen relaciones sociales*. En ese momento, añadí mi propia observación: La ciudad es también *producto de esos tejidos de relaciones sociales*, múltiples y disímiles; es decir, un objeto cognoscible, construido por redes sociales. La ciudad, entonces, tanto contenido como continente de esas relaciones sociales.

Enfrentando la comunicación como redes de relaciones sociales, Carrión también vio a *la comunicación como un medio para construir esas relaciones sociales*. Y lo es, sin duda, pero -esta fue mi acotación- la comunicación también *es producto, resultado, de esas relaciones sociales*. Quiero decir que esas relaciones sociales que se dan, existen, gracias a la comunicación, y que están en constante movimiento y mutación, también comunican, comunican permanentemente. Al fin y al cabo, todo es comunicación, siempre estamos emitiendo y recibiendo mensajes, conciente o inconcientemente; siempre estamos deconstruyendo y construyendo sentidos sobre el mundo, sobre lo que nos rodea, sobre los demás, sobre nosotros mismos, sobre nuestras relaciones, sobre la vida. La comunicación, entonces y al igual que la ciudad, al mismo tiempo es contenido y continente de esas relaciones sociales, pero, además, medio, vía, para construirlas.

## Ciudad y comunicación

Sentadas esas premisas y sobre todo esa singular semejanza entre ciudad y comunicación, entré a precisar, desde mi percepción, la relación entre ciudad y comunicación. La expresé así: *la ciudad como escenario de relaciones comunicativas, la ciudad como producto de esas relaciones comunicativas* y, sobre todo, *la ciudad como igual a comunicación*. Porque la ciudad también comunica, hacia su exterior y hacia su propio interior. En consecuencia, yo como sujeto inserto en una red de relaciones sociales, que es también una red de relaciones comunicativas, hago la ciudad, pero, por las mismas razones antes dichas, la ciudad también me hace, comunicativamente hablando.

La comunicación, en cambio, no es necesariamente ciudad. La comunicación trasciende el ámbito de la ciudad, está en ella, la hace también; pero la rebasa por todos sus lados desde cualquier ángulo que la veamos. La comunicación no es patrimonio de la ciudad, pero, al

menos en este discurrir, la ciudad sin la comunicación no podría ser, como nada podría ser sin ella, en el mundo de los sentidos y de las significaciones.

## Dos preguntas claves

Con ese marco de reflexión y frente a la necesidad de incorporar al proceso indagatorio el tercer elemento de nuestro interés, la ciudadanía, la primera pregunta clave salió al paso: *¿Me hace/nos hace ciudadanos-ciudadana/s la ciudad?*

Si la ciudad es relaciones sociales; si la comunicación es el espacio, el medio y el producto de la configuración de esas relaciones sociales; si la ciudad es comunicación y es relaciones comunicativas; y si la comunicación es el espacio donde se hacen y se deshacen, cuantas veces sea necesario y de los modos que sea, los sentidos y las significaciones de todo, entonces era inevitable que me preguntara si ese espacio/producto de relaciones sociales y comunicativas, llamado ciudad, tal como se lo vive en los actuales momentos, lleno de paradojas y de heterogeneidades, y teniendo en cuenta que no hay *una ciudad* sino *diversas ciudades* -lo que había sido demostrado antes también con la generosa y estimulante intervención de Fernanda Sánchez y el estudio comparativo de *city marketing* entre Curitiba y Barcelona<sup>2</sup>- hacía de nosotros, sus habitantes, testimonios vivientes de ciudadanía.

Para no entrar en todos los planteamientos que habían sido expuestos antes alrededor de la ciudad y sus síntomas modernos y posmodernos, y cuyo debate sigue estando a punto de caramelo, elegí iniciar el camino de la respuesta desde una constatación: *la exclusión*. Nuestras ciudades, cualquiera que fuera la forma, el color o el sabor que tengan, son excluyentes. Sin mucho esfuerzo, podemos encontrar muestras de la existencia de ciudadanías de primera, de segunda, de tercera y de cuarta clases. Solo con tomar el tema de las mujeres y mirarlas en su diversidad, veremos que, en términos de ciudadanía, no es lo mismo ser mujer que ser hombre, ni es lo mismo ser mujer blanca o mestiza que ser mujer negra o indígena, ni es lo mismo ser mujer blanca heterosexual que ser mujer pobre negra lesbiana.

De tal forma que, sin entrar en mayores profundidades, la primera pregunta clave tenía una respuesta clara: la ciudad contemporánea, tenga la faz que tenga, no me hace ciudadana, no me hace ciudadano, no nos hace ciudadanos.

Contestada esa pregunta, la segunda pregunta clave caía por su propio peso: si esta actual ciudad no me hace/nos hace ciudadanos, *¿cómo, entonces, hago/hacemos de la ciudad un espacio de ciudadanía?* Aquí, me fue imprescindible volver a la comunicación, para señalar que toda comunicación es una negociación, una negociación de sentidos. Cuando entramos en la comunicación (vivimos y somos en ella) en la forma que fuere, siempre negociamos, aún sin conciencia alguna, las significaciones de las palabras, de los enunciados, de los signos. Es el reto y el requisito del entendimiento o, como suele decirse ahora, de los consensos. Recordemos nada más, lo que Jean Braudillard ya acotó, que toda comunicación empieza simultáneamente con uno y con los demás, y que en ella intervienen seis personas: la propia imagen de uno mismo, la imagen que de sí misma posee la otra persona, la imagen que uno tiene de la otra persona, la imagen que la otra persona tiene de uno, el cómo cree uno que la otra persona lo percibe y el cómo cree la otra persona que uno la percibe.

Si la comunicación es negociación de sentidos, entonces también lo es de competencias. Competencias de saberes, competencias de información, competencias de destrezas. Por eso, dije que no estaba de acuerdo con la aseveración de Alfaro de que la información no era lo básico. Es cierto que la abundancia de información nos puede y de hecho nos lleva a la desinformación; pero, también lo es que información es poder y que, solo en la medida en que tenemos la información oportuna, adecuada y suficiente, además de las competencias comunicativas que fueren necesarias, podemos entablar relaciones igualitarias, porque la comunicación, como toda relación social, también implica al poder. Quien mejor preparado está, en todos los sentidos posibles, para entrar en la negociación comunicativa, tiene a su haber las riendas del poder.

Señalé también en esta parte de la reflexión que antes de responder la segunda pregunta clave, otra pregunta merecía una respuesta previa: *¿De qué ciudadanía hablábamos?* Porque, al menos a mí, me parece evidente que sí hay ciudadanías, pero, como dije antes, hay ciuda-

danías de privilegio y ciudadanías de exclusión, y esas no son las ciudadanías que queremos. Tampoco basta una ciudadanía solo de derechos escritos con el poder de la ley; ni una ciudadanía que se agote en la mera representación de un gobierno, de unos partidos políticos o de unos movimientos sociales; ni una ciudadanía que se aplauda a sí misma a través de la participación en las encuestas del marketing social o político, en las asambleas populares o en los cabildos abiertos. En realidad, así como Armando Silva señaló que lo público se está construyendo permanentemente, creo que las ciudadanías también se están construyendo permanentemente y que, en esos procesos de construcción, el más grande reto es romper las mil caras de la exclusión.

### **La respuesta clave**

Si la ciudadanía es un proceso en construcción a partir de y en las relaciones sociales y comunicativas, y si la ciudad es comunicación, y si toda comunicación es una negociación de sentidos, la segunda pregunta clave debía, ciertamente, trastocarse en otra pregunta: *¿Cómo entro/entramos en la comunicación en igualdad de condiciones y oportunidades?*

En la respuesta a esta pregunta está, en realidad, el meollo de nuestro desafío, si optamos por la construcción de activas y eficaces ciudadanías. Para ser ciudadanos/ciudadanas necesitamos recuperar la comunicación, como medio, como espacio y con sus estrategias; esa comunicación que, por estar en todo, nos pertenece a todos y no es propiedad privada de los medios de comunicación. Como todo es comunicación, la comunicación es un bien social, es un bien público, y de ello deviene la responsabilidad social de los medios de comunicación.

Para ser ciudadanos/ciudadanas es imprescindible que seamos sujetos de comunicación y no solo objetos de ella. Solo en la medida en que seamos coproductores de sentidos, en el amplio espectro de la expresión, y que hagamos visible la heterogeneidad de nuestras realidades, de nuestras culturas, de nuestros puntos de vista, podemos empezar a ser verdaderos ciudadanos/ciudadanas.

El punto es cómo hacerlo.

# **Territorio, comunicación e identidad**

## **–apuntes sobre la vida urbana–**

*Mabel Piccini\**

El crecimiento desmesurado de las grandes ciudades en las últimas décadas, junto con procesos concomitantes como la globalización económica y cultural y lo que podríamos designar como la urbanización ingrátida de la videoesfera, no solo nos ubican en procesos de vertiginosa transformación sino, por ello mismo, ante el cambio de perspectivas en los estudios culturales. En este cambio de perspectivas parecen condensarse, como paradigma contemporáneo, la mundialización de las economías, la mediatización de la sociedad, la ‘modernidad’ de las formas estéticas (sean estas artísticas, arquitectónicas, del diseño o del ciberespacio). Hoy, la ciudad es tema central en las reflexiones antropológicas, sociológicas y semióticas tanto de los países postindustriales como de los países subordinados o periféricos, como el lugar en el que se despliegan procesos de ‘comunicación generalizada’, de fluidez de los sistemas, de circulación rápida de los bienes, los cuerpos y los objetos y de todas las analogías y metaforizaciones que pueden promover las culturas de la imagen.

Sobre estos temas existen en la actualidad numerosos estudios que aunque tributarios de diferentes perspectivas nos permiten, precisamente por su heterogeneidad, aproximarnos a los diversos ángulos y perfiles de las grandes ciudades y, también, imaginar un cierto paisaje

---

\* Departamento de Educación y Comunicación. Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco. México D.F.

de fin de siglo. Entre ellas rescatamos algunas ideas que se repiten con cierta insistencia (una especie de cartografía) de los lugares comunes, en el doble sentido de la palabra, que son de todos y que se repiten): el predominio de la multiculturalidad en las grandes ciudades, el nomadismo como forma de vida aunque también, como su opuesto, el desmoronamiento de lo social y de la vida pública, el florecimiento del individualismo y el retorno a la vida privada, el predominio de lógicas de supresión del espacio y de 'aceleración' de los tiempos históricos, la emergencia de nuevas reglas de exclusión desde los espacios urbanos y, finalmente, el triunfo de la comunicación a distancia y los trazados electrónicos como nuevos vínculos con el mundo. A grandes rasgos, estas son las ideas más recurrentes en los estudios culturales de la actualidad.

Sobre estas cuestiones quiero proponer una primera aproximación porque la reflexión contemporánea como testimonio de un estado de cultura nos permite entrever de qué modo hoy se construye una idea de ciudad y de ciudadanos, por consiguiente de territorio, de habitabilidad de los espacios, de relaciones intersubjetivas, como asimismo, inevitablemente, de identidad y de alteridad. Varios autores, como decía, van a coincidir en que la excentricidad creciente de las grandes ciudades, o si se quiere, la metrópoli contemporánea, es la metáfora privilegiada de la experiencia del mundo moderno. Esta experiencia estaría marcada, entre otras cosas, por la complejidad cultural y el reino de la incertidumbre. Se trata, dice Chambers de una realidad multiforme, heterotópica, y básicamente de diáspora. Es decir, un estado de casi permanente extranjería, de deslocalización y de migraciones, psicológicas y sociales (Chambers 1995:127 y ss). En otras palabras, del exilio como estilo de vida y principio de comportamiento.

Hay un primer aspecto que quiero destacar en estos estudios: la extrema polarización que existe entre unos y otros; por un lado, una cierta exaltación de nuevas modalidades de experiencia presididas por la multiculturalidad, el nomadismo y la hibridación de las costumbres y las formas como clave de vida y, por el otro, la presencia de un discurso que atiende en lo particular al desarraigo, la soledad y la segregación en las nuevas sociedades así como la existencia de ámbitos des-



localizados y en último término del eclipse de la sociabilidad y de los estilos políticos tradicionales.

A partir de estos trazados trataré de situar algunos de los problemas que considero relevantes y mi propia posición ante ellos, tomando como motivo de estudio la ciudad de México en la que coexisten, sin mayor discontinuidad, los grandes enclaves de la riqueza y la modernización así como las formas degradadas y envilecidas de la extrema pobreza y de la corrupción.

## **El encuentro de los mundos: heterogeneidad y pluralidad cultural**

Para los primeros estudios, a los que por facilidad llamaré la celebración del nomadismo y la multiculturalidad, existe como virtud en los nuevos enclaves, aún los de los países pobres, procesos continuos de experimentación, de desplazamiento, la mezcla de voces y culturas, el reconocimiento de los otros y lo diferente. Según estas perspectivas ya no existirían territorios locales en estado puro sino por el contrario, todos son a la vez nacionales y globales, por lo tanto sin componentes fijos, puesto que serían sometidos a procesos continuos de transitoriedad y de mutación. En otros términos, parecería despuntar con las nuevas modalidades de urbanización –y las de los intercambios planetarios– el dominio del diálogo y el reencuentro con los demás. Para ser más gráfica, basta una cita de Graïl Marcus en la que trata de referir el clima de las grandes ciudades: "esa magia en que la conexión de ciertos hechos sociales con ciertos sonidos crea los símbolos irresistibles de la transformación de la realidad social"(Citado por Chambers op. cit: 130-131).

Parte de esa magia, diversos autores la conectan, en una lectura muy particular de Walter Benjamin, con algunas de sus ideas sobre las industrias culturales: lo que estas aportarían –y podemos agregar en la actualidad al ciberespacio– es una suerte de conmoción o sacudimiento de los elementos de la tradición a través de la reproducción técnica y la secularización de la imagen. Los resultados, desde la perspectiva del consumo cultural, serían una recepción distraída en la que todos somos expertos: todos aprendemos a movernos dentro y alrededor de los lenguajes de los mass-media lo que nos introduciría en la posibilidad

de vivir una 'estética metropolitana', "la de una democratización latente del uso de los sonidos, signos e imágenes contemporáneos, y del espacio para una política insospechada de la vida cotidiana"(op. cit. 134). Los debates sobre estos asuntos, sostiene Chambers, atraviesan el conjunto de lo que podríamos llamar modernidad, en que la nostalgia por la unidad perdida (véase el caso de los estudios de Frankfurt, particularmente Adorno y Horkheimer) es un sentimiento fuera de lugar. Lo que resta ahora es la presencia de subjetividades heterogéneas. Son las historias particulares las que nos permiten reconsiderar el sentido contemporáneo de la ciudad, de sus lenguajes, culturas y posibilidades (op. cit. 144).

Como sabemos, sin embargo, la 'modernidad', en su fase actual, como proceso de 'modernización' y eficiencia tecnológica y tecnocrática, intenta recubrir todas las esferas de la vida social. En esta fase de la 'comunicación generalizada' se transforman aceleradamente las formas de constitución de la opinión pública, los diálogos sociales y, también, los lenguajes de diferentes comunidades. A la vez, la intensificación de las redes de comunicación, el flujo ininterrumpido del discurso social, aseguran una nueva diagramación de los espacios colectivos y auguran la aparición de una sociedad de espectadores. Los lugares ondulatorios de las nuevas tecnologías y los consecuentes procesos de 'mundialización', efectúan una conexión inmediata entre lo disperso y lo diferente aboliendo fronteras regionales y abriendo un horizonte de expectativas en el que los ciudadanos –o al menos las minorías que dectentan ese rango– tienden a convertirse en ciudadanos del mundo.

En un texto muy conocido, Gianni Vattimo (1990) define como característica relevante de las sociedades actuales, la de ser sociedades de comunicación generalizada en la que los *mass media* regulan la mayoría de los intercambios culturales. Cabe recordar algunos de los efectos que atribuye a la industrialización y masificación de la cultura en las sociedades contemporáneas. En principio, el fin de la modernidad y la disolución de una idea unitaria de la historia. Los regímenes de comunicación generalizada y también el imperio de las culturas efímeras habrían contribuido a la erosión de los grandes relatos a través de la pulverización de las visiones del mundo hasta el límite de lo caótico. El fragmento como estilo narrativo, la información cotidiana que

debe renovarse por su condición precedera, la misma fugacidad de las imágenes de débil definición, son algunas de las coordenadas de una cultura frágil que por esa su íntima naturaleza pondrían en cuestión los fundamentos teleológicos de la racionalidad moderna.

Pero estos postulados no llevan al planteamiento de que las máquinas de visión despliegan una realidad transparente. Más que una puesta en escena de 'lo real en sí', las culturas de la imagen emplazarían, por el contrario, una suerte de 'fabulación del mundo' que se construye, con independencia de cualquier voluntad expresa, a través de numerosas perspectivas visuales y culturales. La yuxtaposición de estas perspectivas, a veces la contradicción manifiesta de estas en el caudal de mensajes que establecen extrañas relaciones de contigüidad, promoverían la erosión del propio principio de realidad, esto es, un estado oscilatorio que hace vacilar la posibilidad de una interpretación unívoca ante la llamada realidad.

Para Vattimo, esta construcción de lo real figurado, el entrecruzamiento de sentidos, los puntos de vista contrastados entre minorías (sexuales, étnicas, religiosas o estéticas) que, según esto, hoy ocupan la escena de los medios, y por consiguiente de las ciudades, sería el cauce que desata una nueva idea de pluralidad. De este modo, asistiríamos al quiebre de un tipo de racionalidad que iluminó las visiones del mundo de las sociedades modernas: esta ruptura se expresa en el pasaje de una idea de la historia como foco integrador de los heterogéneos acontecimientos sociales al descubrimiento de una 'multiplicidad de racionalidades locales' que producen una especie de 'extrañamiento' ante la diversidad de lenguas menores, de dialectos, de relatos fragmentarios, de dispersión. Este estado de cultura en el que predominarían los elementos dispersos y a veces marginales así como las singularidades de los diferentes actores sociales constituirían la manifestación de una libertad política fundamental: la libertad de expresión de la pluralidad de intereses y energías sociales en las ciudades contemporáneas.

## **La pulverización del espacio público**

Para otros (Joël Roman, *Esprit*, 5) casi con las mismas razones y con los mismos datos, cabría una interpretación opuesta: la gradual desaparición del espacio público, una sociabilidad olvidada aquella que

se conocía tradicionalmente como urbanidad y también civilidad: esa inflexión del espacio y el tiempo urbanos que promovía al individuo y al conjunto colectivo bajo la especie de ciudadanía. Como lo sabemos, por la experiencia de nuestras ciudades latinoamericanas, la ciudad puede pasar a convertirse en objeto de memoria, reliquia, como es el caso del centro histórico de la ciudad de México instituido en patrimonio histórico de la humanidad por las Naciones Unidas. El resto, el margen de lo *viviente*, podríamos llamarle, se convierte en una réplica urbanística y social de las ciudades dominadas por el gran poder mundial (o transnacional), idénticas en su funcionamiento abstracto, definitivamente desterritorializadas, convertida en no-lugares, o en lugares de confinamiento y exclusión (Roman 1999:5).

Roman sostiene que en la ciudad convergen tres crisis: una crisis de nuestra representación del conflicto social y de las formas que adquiere la fractura social bien representada en la expresión sociedad dual o sociedad de la exclusión; una crisis de la urbanidad, de las formas de sociabilidad ligadas tradicionalmente al hábitat urbano debido a la presión individualista, y finalmente una crisis de las formas instituidas de la comunicación social, del intercambio político, del espacio público y de la representación política. Estaríamos ante lógicas del confinamiento o de la 'relegación', asunto que veré más adelante.

Surge, en estos estudios, una nueva noción de lo urbano: el triunfo de la civilización urbana (transportes y telecomunicaciones) por un lado y por el otro lo que se concibe como la muerte de la ciudad tradicional. Reconquistar la ciudad significaría encontrar la exacta distancia entre la identidad comunitaria y la extranjería impersonal, la exacta distancia para que la política renazca en las ciudades. Las culturas contemporáneas no pueden pensarse fuera del crecimiento de las ciudades, piensa Françoise Choay (Citado por Roman op. cit: 6). Y, ampliando el sentido de la afirmación, podría decirse que las sociedades actuales solo pueden ser concebidas como el triunfo de lo urbano. Lo urbano entendido, en su carácter de sistema operatorio que se desarrolla en todos los lugares, en las ciudades y en el campo, en los pueblos y en los barrios, a partir de redes materiales e inmateriales y de un conjunto de objetos técnicos que ponen a circular un mundo de imágenes e informaciones que transforman los vínculos que las sociedades

mantienen con el espacio, el tiempo y los individuos. La proliferación de lo urbano sobre el tejido social pondría en cuestión la antigua solidaridad entre *urbs* y *civitas*, con lo que la interacción entre individuos y grupos es al mismo tiempo desmultiplicada y deslocalizada. La pertenencia a comunidades de interés, sostiene Choay, no se funda más en la proximidad ni en la densidad demográfica local. Transportes y telecomunicaciones nos involucran en relaciones cada vez más numerosas y diversas; ahora, integrantes de colectividades abstractas, las implantaciones espaciales ya no se presentan ni coinciden con la estabilidad en la duración.

Si la ciudad fue tradicionalmente el espacio de elaboración de la ciudadanía (el ágora griega, la plaza pública del Siglo de las Luces) hoy ese espacio ha estallado entre un espacio sin fronteras ni límites que se orienta hacia la utopía de una comunicación generalizada, la de los medios, y el espacio de las 'tribus' (Maffesoli 1990), restringido, casi privado, donde se expanden nuevas subjetividades, identidades fortalecidas en su propio exclusivismo y en sus propios procesos de 'personalización' o narcisismo, como se lo quiera ver. Es decir, estaríamos entre espacios y procesos de mundialización y de localización individualista.

A propósito de este punto, quiero recordar a un pensador importante dentro de este campo, Richard Sennett y dos de sus libros más antiguos que conservan, sin embargo, a mi juicio, una gran vigencia: *Vida urbana e identidad personal* (1995) y el clásico *El declive del hombre público* (1978). Hay unas ideas que todavía siguen teniendo alguna resonancia, sobre todo en el primer libro, que me sugirieron ciertas cosas en relación a las metrópolis contemporáneas. Sobre todo la descripción de Sennett relativa a la configuración y trazados de las ciudades norteamericanas, hace varias décadas, cuando despuntaban los suburbios como modalidades de reclusión entre bardas protegidas. El suburbio como ghetto donde tienes todo y para qué vas a salir, ante los peligros y las crecientes inseguridades de la vida urbana, se convierte en forma de segregación de la ciudad, de encierro.

Ante esta retirada a los suburbios de masas crecientes de población, Sennett advierte una nueva modalidad de vida cotidiana, que podríamos definir, también, como una nueva configuración de la vida privada. La aparición de lo que él llama la *familia intensa*: nueva reagru-

pación de las energías colectivas en unidades mínimas con el propósito de alcanzar una especie de identidad purificada. El mito que llevaba a perseguir esta suerte de purificación de las identidades, según las ideas de Sennett, se materializaba en los suburbios como espacios de defensa ante las posibles amenazas de la vida urbana (en su máxima latitud: la esfera pública). Sennett advertía en esta especie de autoexilio –que hoy podemos encontrar en nuestras ciudades– la fractura de ciertas redes de solidaridad, puesto que lo que se intenta es evitar el contacto con el otro en su desnudez o su potencial peligro. El otro como lo espurio ante la pureza de las redes familiares. La ‘purificación de la identidad’, en este caso, solo se lograría mediante la creación de intervalos que distancian a los ciudadanos, pintan la raya a los desconocidos y truecan el sentido de las redes urbanas y, por supuesto, de las redes culturales. La familia, finalmente es esa cápsula, el lugar de encuentro –y de repliegue– de vidas privadas.

Por ello, en la actualidad, la sobrevivencia de la familia bajo la figura de la familia conyugal compatible con los nuevos modos de producción puede ser entendida como la consecuencia de un conjunto de equipamientos colectivos que constituyen al lado de la fábrica y la vivienda, *un dispositivo que en sus diferentes articulaciones sostiene esta unidad mínima de parentesco*, órgano eficaz de los nuevos sistemas de poder. Por algo, la insistencia del urbanismo moderno y otras asociaciones en poner a la familia como ‘célula’ y fundamento de la sociedad, y a la vivienda o a la habitación como punto de partida de toda operación urbanística. Por el momento y por lo que diré más adelante, me interesa destacar cómo funcionan los equipamientos colectivos, al mismo tiempo como territorio no familiar pero también y simultáneamente como condición externa y constitutiva del funcionamiento de la familia conyugal. Si entendemos estos dispositivos como una suerte del inconsciente colectivo de la vida urbana, podríamos proponer en una primera interpretación, que de algún modo instituyen formas de desarraigo y aislamiento y otras modalidades que definen, el individualismo y el encierro de la vida contemporánea<sup>1</sup>.

1 A propósito de estos temas ver el libro de Francois Fourquet y Lion Murard, *Los equipamientos del poder*, Gustavo Gili, Barcelona, 1978.

De tal modo, y en función de lo que he venido refiriendo anteriormente, en la actualidad se produce una serie de deslizamientos y mutaciones con respecto a la figura y el rol del ciudadano que asume nuevos atributos al tiempo que redefine, en buena medida, su filiación territorial y tradicional: ahora es habitual hablar de usuarios, consumidores, beneficiarios de tal o cual servicio, servidores públicos, inmigrados y migrantes, paracaidistas y hasta de habitantes-receptores, entendiéndolo como el acto y el actor que recibe los múltiples mensajes de las culturas de la imagen. Estas figuras semánticas aluden a un nuevo tipo de poblador o habitante, a una mengua, si se quiere, de la ciudadanía; todos estos personajes emergentes siempre están en riesgo de 'desafiliación' que es decir de deslocalización, y desocialización. Las grandes metrópolis contemporáneas, en sus diferentes estilos, son, como lo sabemos, espacio de intercambios, estrategias y tácticas, ya sean parciales o intermitentes por parte de sus habitantes. Nadie escapa a la necesidad de sobrevivir al costo que sea. Porque, en efecto, la ciudad es habitada, atravesada, recorrida en múltiples direcciones, en un pulular vertiginoso. Pero son fragmentos de apropiación individual, a veces colectiva con las movilizaciones, que no alcanzan sin embargo a tener un sentido, a reconstruir una experiencia global, colectiva. Son islotes de vida que resisten a pesar de la confusión, la desorientación y el caos, en la mayoría de los casos y sobre todo en los países periféricos.

## **Las tecnologías del poder**

Cuando se habla de la desterritorialización de las ciudades modernas —y ya hemos visto que la idea es investida de diferentes valores según los autores— estaríamos aludiendo a la presencia de flujos abiertos que van socavando la idea de unidad y también lo que es tentativa y objeto del urbanismo: la codificación de las fuerzas y relaciones sociales. Ahora bien, ¿cuáles son las causas que la sustentan? Postularía, como es obvio y en primer lugar, que son las que propician en nuestros países las políticas neoliberales de modernización, pero esta es una afirmación general y abstracta, casi de sentido común, que nos impide ver algunos de sus resultados: las inmensas fracturas que se operan en el cuerpo social, la segregación de sectores enteros de la población, la

desigualdad o las distancias cada vez mayores entre clases, el aumento de la criminalidad y la violencia como síntomas de la descomposición social y la presencia de un tajo abierto en los estilos tradicionales de convivencia. Todo ello es materia para producir la excentricidad generalizada del espacio urbano en donde convergen múltiples ciudades en una ciudad y múltiples equipamientos que intentan controlar el desorden y la anarquía.

Esto es algo diferente a imaginar la ‘magia’ de la multiculturalidad o de la hibridación en los intercambios materiales y simbólicos de las ciudades, así como las participaciones vicarias en el consumo como forma de vínculo social, o si se quiere, de integración entre grupos que tendrían como punto de convergencia una parecida valoración de los objetos y mercancías del mercado. Los que pueden poseerlas porque las poseen y los que no las poseen porque desearían poseerlas: efecto de publicidad o de deseo se ha escrito bastante sobre esta pulsión colectiva y de supuesta integración por la cual el consumo, dicen, sirve para pensar y relacionarse en una sociedad. Este es un punto importante para analizar, aunque por razones de espacio, no las profundizaré en este momento.

Lo que sí podemos afirmar, con mínimo margen de error, es que las codificaciones recurrentes de los equipamientos urbanos y las reconfiguraciones ante las sucesivas transformaciones poblacionales y territoriales son insuficientes para contener los flujos desterritorializados en nuestros países: los desplazamientos e incertidumbres de los grupos y los individuos, el crecimiento de las mafias –en las altas esferas y en las expresiones de la miseria– y las nuevas institucionalizaciones informales de la marginalidad. La planificación urbana, en todo caso, tiende cada vez más a la búsqueda de nuevos territorios seguros –reterritorialización permanente– ejercicio de actualidad en el que se renueva la necesidad de impulsar y poner orden dentro de la anarquía. De tal modo podría postularse que las ciudades multiculturales y la reciente proliferación de nuevos equipamientos colectivos (ejes de circulación rápida, centros comerciales, supermercados, centros de salud, nuevos centros culturales, cines encapsulados como cajas de cartón, modernización de los centros financieros, etc., todos ellos resguardados con sistemas extremos de seguridad electrónica y de guardias armados) pa-



recen presentar la paradoja de que en vez de producir ciudad producen una no-ciudad, un proceso gradual de desurbanización de los espacios públicos o, de otro modo, la ampliación interminable de espacios del anonimato y, por consiguiente, de la ruptura de los vínculos sociales.

Podemos vislumbrar estos trazados si hacemos un breve recorrido por la ciudad de México.

A partir del principio de los ochenta podríamos decir que la ciudad se colapsa con la crisis económica y a la vez, aunque suene paradójico, empieza un ciclo ininterrumpido de modernización en diferentes órdenes de la vida social y urbana. La ciudad de los palacios, la región más transparente, comienza a delinearse como un laberinto prisionero de la contaminación en sus diferentes modalidades: la del aire, la de la corrupción, la del narcotráfico, la de las mafias organizadas.

La modernidad se manifiesta en los nuevos trazados urbanísticos y los emplazamientos colectivos que van cambiando el paisaje, los hábitos y las costumbres de sus habitantes. Lo que ya era un *palimpsesto* de geologías históricas ahora se convierte en una especie de *collage* cuyo tipo de hibridación y yuxtaposiciones no solo es difícil de descifrar sino básicamente de habitar o transitar. Propondría que por estas épocas, sin mayores precisiones, hay una especie de proliferación de no-lugares o espacios del anonimato que van cubriendo de manera definitiva la fisonomía de la ciudad. A la vez, lo que se produce de manera vertiginosa es el descentramiento de sus diferentes ejes de orientación: expansión descontrolada y desarticulación de sus puntos de referencia.

La técnicas de la velocidad y la eficacia parecen regir todas las decisiones acerca de los equipamientos urbanos; la ciudad comienza a convertirse en un derivado del movimiento y de la productividad, al menos como pretensión de los planificadores, de los políticos y de los empresarios. Proliferan los ejes viales que fracturan espacios, colonias, pueblos, destruyen espacios verdes y otras modalidades del encuentro urbano. La abstracción se manifiesta en que los ejes tienen números que han desplazado los nombres tradicionales de las calles. Un jeroglífico de señales que se ciñen claramente a la propia desorientación de la ciudad. A la vez, junto a las rutas de alta velocidad, se vuelve imprescindible acortar los tiempos del consumo: allí están como hongos que brotan de la tierra los centros comerciales y los supermercados en todas las colonias de algún prestigio o capacidad de consumo y aun en

las otras. Lugares de encierro y del corte preciso incisivo sobre la vida urbana en lo que todo es posible en las economías del consumo, plazas públicas y encerradas que facilitan los intercambios más inmediatos y la habitabilidad relativamente segura de la ciudad. No importa, como ha ocurrido recientemente, que estos emplazamientos se establezcan sobre centros ceremoniales prehispánicos, como es el caso de *Cuicuilco*, patrimonio histórico de este pueblo y para las Naciones Unidas. El capital no tiene patria, ni territorio. Sobre la singularidad irreplicable de una cultura que se remonta a diez siglos atrás, se imponen los diseños abstractos y sin duda perecederos de la modernidad. Equipamientos construidos para su rápida obsolescencia, que no hablan ni representan a nadie. El tiempo ha sido cancelado. La historia pertenece a los manuales.

Mientras tanto perduran los tianguis, mercados populares en las calles que congregan a los sectores populares. Y también el negocio ambulante en el centro histórico de la ciudad que amafiados con las autoridades y sus propios caciques, entablan luchas feroces con los comerciantes instalados en el centro histórico. Allí refulge todavía la ciudad de los palacios. Huella histórica en la que conviven por igual las viejas reliquias prehispánicas con los monumentos hispanos de la cristiandad. Escenografía y puesta en escena turística del pasado, casi como correspondencia en su esplendor de los centros comerciales y sus glorias efímeras.

A su modo, este esplendor también es un no-lugar, un espacio turístico que rememora lo que pasó y que vive en los tiempos diurnos con los habitantes pobres que lo asaltan para sus transacciones y se disuelve como espectro en las noches, si acaso no hay abierta una cantina o una discoteca que, como aventura, siempre será zona de peligro. Lugar privilegiado para andanzas que simulan el recorrido por una ciudad desconocida.

La ciudad es un hervidero, los atoramientos de tránsito, un parque automotor que no tiene cabida en las circulaciones preestablecidas, el metro que se congestiona de manera alarmante en las horas pico, los peseros, los autobuses en una carrera contra el tiempo. Mientras, crecen los suburbios en la ciudad sin centro, todo nuevo proyecto habitacional asegura que los habitantes podrán replegarse hacia zonas menos amenazantes que los centros –múltiples– de la ciudad turística o de la ciudad marginal.

Los equipamientos colectivos, por el momento y sin muchas posibilidades, estarán en la retaguardia del crecimiento desmesurado y de las necesidades de la población. Así como los centros comerciales, surgen los estacionamientos subterráneos o aéreos, lo mismo da, o los cajeros automáticos, casi uno en cada calle de las diferentes colonias. Y al mismo tiempo, el discurso de la prevención: cuidarse, protegerse de los asaltos, asumir determinadas conductas y horarios para evitar que un simple trámite se convierta en asalto, secuestro, robo o cualquier otra fórmula de la delincuencia. Los discursos circulan como volantes, la televisión a su vez se encarga de amplificarlos en la nota roja. Nadie puede estar desprevenido en la ciudad de los palacios.

También se concentran en equipamientos similares, las salas de las bellas artes, los multicinemas, los teatros, las discotecas, todos contruidos sobre la base del achicamiento del espacio, de su domesticación y, sobre todo, de la congregación controlada de los flujos poblacionales, de los cuerpos, de los individuos, con estacionamientos subterráneos y líneas de orientación cerradas ante las amenazas del espacio exterior, es decir del espacio urbano. Podríamos hablar de lugares extraterritoriales de congregación restringida y, antes que nada, protegida. La ciudad reelabora el espacio público de modo que el afuera, lo abierto al exterior o lo urbano no sea una amenaza para los pobladores; en este sentido los equipamientos colectivos tienden crecientemente a erigir un simulacro de congregación, contacto, vida urbana, diálogo y ensanchamiento de la civilidad.

## Marginalidad

Si admitimos que la *ciudad* es un momento de densidad de los equipamientos, el lugar donde el territorio es codificado como expresión del poder político y económico y en ese sentido (op. cit.: 29) los diferentes equipamientos urbanos son máquinas de producir ‘socius’ –sociedad– creo que hoy es posible postular que vivimos un momento de alta desintegración y deslocalización de la vida urbana sobre todo en los países subordinados o periféricos. En ellos, como es el caso de la ciudad de México, pueden advertirse de manera tajante y hasta brutal las proyecciones espaciales que promueve la llamada modernización sobre un espacio social fracturado por todas las desigualdades. El

abismo de la diferencia, a pesar de los voceros de la posmodernidad, no representa un lugar de encuentro entre ciudadanos (ni de la construcción de la ciudadanía) tampoco el espacio del diálogo y las posibilidades del reconocimiento de la alteridad. Identidad y alteridad son las secuencias de un mismo proceso de disolución en tiempos de crisis y de oscuridad en las ciudades de países como México.

¿Cómo trabajar, entonces, la diversidad, los abismos entre clases, la miseria siempre agravante, la corrupción y la criminalidad, la destrucción de los vínculos sociales en ciudades que se devoran a sí mismas y que asisten a una destrucción creciente de las reglas de urbanidad?

Si bien el desarrollo unificado del mercado capitalista tiende a hacer de las ciudades dispositivos homogéneos, ¿cuáles son los resultados? ¿Ciudades abstractas, como dicen los urbanistas y sociólogos del primer mundo? ¿O, sencillamente, como es nuestro caso, ciudades asediadas por amenazas de diferente naturaleza por las cuales tienden a destruirse los mínimos lazos de solidaridad y de vida civilizada o que fluctúan entre la civilización y la barbarie?

Por de pronto, como hemos visto, supervisar, vigilar y ordenar como principios de la urbanización y de sus equipamientos da como resultado lógicas de la diferencia y la discriminación. La diversidad y heterogeneidad poblacional es encuadrada y encasillada en lugares de vivienda y localización según sus marcas de clase y la calidad asignada a su condición de ciudadanos, según principios de clasificación, es decir, de inclusión/exclusión. El límite como principio antropológico convierte a la ciudad en múltiples ciudades, en fortalezas separadas, cantones, o para apelar a viejas designaciones, en reservas o relegamientos, y hasta en zonas de refugio. Las clases medias y altas se aseguran en condominios o residencias con altas bardas, perros entrenados, guardaespaldas y sistemas electrónicos de protección, vigilancia privada y hasta la privatización de las calles adyacentes.

El resto es la periferia, los cinturones de miseria<sup>2</sup> en donde flujos migrantes de población, la mayoría ilegales, han sido territorializados

2 Según el Banco Mundial y otras cifras recientes de Naciones Unidas el 80% de los habitantes de la ciudad de México se alinean en los rangos de la pobreza o de la pobreza extrema.

o sojuzgados en registros de clase o sencillamente de marginalidad: vivir en los márgenes o en la ‘mancha urbana’ aquella que se disemina sin límites fijos, flotante e inesperados por las orillas de la ciudad. En esa zona extraterritorial –la periferia– se hacina la masa de ‘bárbaros’ de la nueva sociedad, amontonada en los bajos fondos, asomándose detrás de la alambrada de la sociedad civil, de la fábrica, del barrio obrero, del desempleo apenas encubierto, del ambulante, de los grandes basurales y otros equipamientos colectivos informales apenas establecidos para sobrevivir. Buena parte de los habitantes de la ciudad de México nunca ha salido de la colonia donde habita, quizás alcanzó a entrever los ámbitos urbanizados de esa colonia, no conoce la ciudad ni el centro histórico de la ciudad, resumiendo, casi no tiene idea de dónde vive ni de lo que lo rodea. Para los habitantes de los suburbios de la miseria –los llaman paracaídas, bajan del cielo al infierno– ha sido necesario inventar la noción de criminalidad como fórmula jurídica que recubre a potenciales delincuentes. Pero sin duda, esta fórmula de carácter general, y aplicable en todos los casos, es solo una modalidad de asignar roles a los marginales o a los excluidos de modo de encubrir, en muchos casos, para quienes realmente trabajan.

Nos enfrentamos al caos, el desorden y el desborde como peligros potenciales de la gran ciudad. La supresión de los límites convenidos u objetos de norma social nos lleva a la realidad del exceso. Podríamos hacer una enumeración detallada de todas aquellas dimensiones en que se manifiesta la desmesura de la ciudad sin límites. Pero esto me llevaría a una larga disgresión que no creo que tenga caso en estas circunstancias. Por el lado extraterritorial, que según venimos viendo forma parte sustancial de la ciudad, puedo situar algunos hechos: la ocupación de las calles, el comercio ambulante o el mercado persa: las mafias del comercio, sus caciques y sus relaciones con el poder. La prostitución: los sexo-servidores, que como eufemismo parece ser una conquista de las nuevas formas de civilidad, permanentemente perseguidos por los cuerpos policíacos que los extorsionan; las mafias de los cuerpos policíacos y judiciales en connivencia con las bandas de narcotraficantes y delincuentes especializados en secuestros, intimidación, violaciones, tortura y asesinato. En fin, la institucionalización de la delincuencia y el crimen organizado con mano de obra calificada pa-

ra matar que son los ex-policías separados de sus cargos por ilícitos de diferente naturaleza.

La extraordinaria escalada de la descomposición social permite, legítimamente, hablar de un estado de terrorismo urbano en el que los actores provienen tanto de las periferias como de las cúpulas del poder. O mejor dicho, proviniendo de las periferias pueden contar con la complicidad de los funcionarios encargados del orden y la seguridad de la ciudad.

En estos últimos ámbitos, en donde se involucran las altas esferas, ya no se habla ni de criminalidad ni de delincuencia, solo de excesos o de transgresiones personales. Y, como sabemos, en la jurisprudencia burguesa, los burgueses son sagrados hasta tanto se demuestre lo contrario, cosa que no suele ocurrir con frecuencia. Como en muchos otros países y ciudades del tercer mundo, la sacralidad del poder en México es prácticamente inexpugnable.

## **De la asignación de identidades**

Convendría señalar al respecto que los equipamientos colectivos tienen multiplicidad de funciones y una de ellas, para nada la menos importante, trabaja u opera sobre la identidad, se cierra sobre el 'yo', sobre la persona, asignándole casilleros restringidos de existencia civil de modo de evitar el peligro virtual de la masa libre o protagonista de acciones sociales. Se trata de la asignación de roles y la definición de caracteres o tipologías sociales. Cada tipo de equipamiento produce un personaje y un conjunto de representaciones sociales. Estos no se circunscriben a la masa de marginales, alcanza a la totalidad de la población: el alumno a la escuela, el viejo al asilo, los mayores a los clubes de la tercera edad, los locos al manicomio, los delincuentes a la cárcel, la gente decente a la televisión o a un cine protegido, los jóvenes a las discotecas o los bares inocuos de las cadenas norteamericanas, las familias en sus casas suburbanas, en los llamados multifamiliares.

Pero el espectáculo de la marginalidad en las grandes ciudades no acaba aquí: hay un enorme repertorio semántico para designar a 'los que no son como uno', en el que afloran todas las formas ideológicas del racismo y la discriminación: se hablará del lépero, el pelado, el na-

co, el indio, el negro, el joto, etcétera, todos ellos, como señala Monsivais (Monsivais 1998) resultado de una síntesis histórica de los procedimientos de inclusión/exclusión, determinante para entender el empobrecimiento y el envejecimiento sistemático de la sociedad. Para este autor el problema consiste en que los excluidos tienen que aceptar a fuerzas la identidad asignada y los procedimientos de la exclusión, lo cual refuerza la imposibilidad de integración y un enorme costo psíquico para asumir esa identidad asignada y construir su propia historia, adaptarse al medio y sufrir la culpa de no corresponder a la norma: en ese inmenso mosaico se juntan los subversivos, los guerrilleros, los disidentes políticos o religiosos, los judíos, los extranjeros, los minusválidos, los alcohólicos, los neuróticos anónimos, los indígenas, los homosexuales, los habitantes de la pobreza y la miseria, los iletrados, los analfabetos....etcétera, es decir la mayoría de la población. De algún modo, todos somos extranjeros y marginales en la ciudad de México.

Habría que analizar con detenimiento de qué modo los intentos de codificación territorial para producir el arraigo de masas de población a través de equipamientos, planificaciones, formas de fijación de los movimientos y encuadramiento de las conductas, producen gradualmente mayores cargas de desarraigo y marginalidad. Sin duda una respuesta elemental es aquella que nos conduce a pensar que toda codificación espacial en mundos de creciente desigualdad lo único que pretende es poner a cada quien en su lugar y en ese sentido marcar las líneas de diferenciación que permitan mínimamente ordenar las multiplicidades, articular el todo y sus partes, relacionar estas últimas entre sí, es decir, resolver los problemas clásicos del poder. Pero en esa lucha sin cuartel los segregados, los confinados, los marginales tienen algo que decir, algo que hacer; el estigma produce transgresiones de toda naturaleza y, sobre todo, una normatividad extraterritorial y extralegal dispuesta a ejercerse sobre el territorio y los habitantes del que han sido expulsados.

### **Territorios audiovisuales: vámonos por la paz**

Si la ciudad como espacio de comunicación está en vías de destrucción en sus puntos más frágiles y aun hasta en los más fuertes, nos asiste todavía como reaseguro para el sosiego y el encuadramiento de

la población el tendido ingrátido de las redes audiovisuales. Creo que estos dispositivos representan un nuevo estadio de los equipamientos colectivos y de la vida urbana puesto que en su proyección y repercusiones producen ciudad, producen sociedad, aunque sea una sociedad imaginaria.

Como lo he venido postulando, *todo lo que es capaz de fluir produce un nuevo equipamiento colectivo* (Fourquet y Murard 1978:78), por ello, no es posible hablar de equipamientos aislados sino de una constelación; cada equipamiento originario se rodea de tecnologías adyacentes, periféricas, cuya función es recuperar a los diferentes segmentos o masas de población, que son distribuidos en ciertos espacios sociales 'según un sistema cerrado de disyunciones limitativas'.

Por su parte, los medios de comunicación, en particular los dispositivos electrónicos, instituyen un nuevo sistema que, a primera vista, parecen estar fuera de los equipamientos colectivos convencionales. Si bien, por un lado, son dispositivos plenamente ligados a las esferas públicas del poder económico y político, en órbitas nacionales y transnacionales, por el otro su anclaje es individual y familiar. Se podría postular, quizás, que estos equipamientos, como híbridos sociales, son espacio de intersección entre las esferas públicas y privadas; sometidos a reglas de poderes fuertemente centralizados, son al mismo tiempo soporte de la vida cotidiana y de la privatización de las prácticas culturales.

"Toda la cuestión del socius consiste en impedir que los flujos del deseo se desparramen..." escribía Felix Guattari en el libro ya citado (op. cit.:95). Y, si proseguimos estas ideas, es posible imaginar que los dispositivos audiovisuales representan una nueva vía para la distribución de masas de población en espacios localizados y bajo control, un dispositivo que adquiere el valor de casillero para la concentración de los cuerpos, en este caso, en un ámbito de fluidez relativa: la familia conyugal, la casa. En la medida en que se trata de terminales domésticas, este dispositivo define, instituye, una nueva relación de los individuos con la ciudad y la vida colectiva, otra manera de concebir las relaciones sociales y la esfera pública y una nueva diagramación de la vida cotidiana. *Ahora es posible imaginar la movilidad sin desplazamientos*. Desde esta perspectiva, las nuevas tecnologías de comunica-



ción pueden ser concebidas como equipamientos de recaptura, de perfeccionamiento de los lugares de anclaje de los cuerpos, de reciclaje de toda una tradición dentro de lo que se ha dado en llamar equipamientos culturales en las grandes urbes.

En este sentido, y del mismo modo que en otros casos de espacios representativos de la vida urbana, estos no pueden ser concebidos de manera aislada, se trata de una constelación de equipamientos que redefinen el trazado cultural de una ciudad y los estilos de habitar y de vivir el entorno. Es una red que toca múltiples puntos de la vida social y que se reproduce, en innovaciones crecientes, con nuevas tecnologías que al mismo tiempo que aseguran la eficacia de las existentes tienden a desplazarlas hacia lógicas de mayor eficacia. Las redes de comunicación transfronterizas crecen al mismo ritmo vertiginoso que las distancias y desequilibrios de las diferentes sociedades exigen una recodificación de los vínculos sociales. De este modo se establece una nueva agrupación de instituciones que van configurando un determinado paisaje social en sus múltiples conexiones: los hospitales con otros centros de reclusión, con la familia y la casa; la empresa con la escuela y las vías de circulación rápida; los teatros y los cines en declinación con las pantallas domésticas; los aeropuertos con los supermercados y los grandes centros comerciales, los museos en expansión electrónica con las realidades virtuales. Y todos ellos en una conexión global que marca las líneas de intensidad propias de un estado de la cultura y de la sociedad.

Por consiguiente, es necesario establecer un *continuum* entre dominios que hasta hace poco eran privativos de los aparatos de Estado y otros que dependían de la iniciativa privada y de la vida privada. Porque son campos o sistemas de concentración de los cuerpos que, como conjunto y en sus variadas articulaciones, prescriben un determinado uso del territorio, a la vez que inducen los vínculos que ligan a sus habitantes, normalizan, de algún modo, las energías colectivas y proyectan una cierta idea de identidad y pertenencia que trasciende las nociones antropológicas clásicas. Las geografías simbólicas, hoy, trazan tal vez intensidades y flujos de reconocimiento más poderosos que los territorios 'reales' o terrenales, si podemos decirlo así. Del mismo modo que los no-lugares o lugares del anonimato recluyen a los individuos

en espacios de soledad y distanciamiento de los demás, que es decir de las redes urbanas clásicas.

Las tecnologías audiovisuales se inscriben en esta línea de acción que opera con particular eficacia en las atmósferas íntimas y en los circuitos de 'personalización' de los individuos. Siguen el curso de desinstitucionalización de los mecanismos de control y actúan por intensificación de las rutinas de todos los días, como horizonte de posibilidad de las prácticas y del tiempo de vida, constituyendo, —diría Francois Ewald a propósito de otros dispositivos—, un espacio, un espacio parejo, intercambiable, indefinidamente redundante y sin exterior. Como ya lo señalé, la productividad de este dispositivo y la cualidad de sus disciplinas están íntimamente ligadas al hecho de que definen la organización espacial y temporal de los sujetos, fijando, arraigando a los individuos a espacios localizables y bajo control e intensificando las redes de la familia intensa, para volver a la metáfora de Richard Sennett. Podríamos agregar que los territorios audiovisuales representan también la configuración de nuevas disposiciones y disciplinas que se acercan bastante a las disciplinas de la indiferencia que apelan crecientemente al individualismo, a una visión desterritorializada del mundo y a los núcleos más resistentes de los sistemas sociales, en particular la familia conyugal. Y en este proceso de paulatino repliegue, de satelización de lo real, lo que se define es una suerte de encierro que paradójicamente parece contener el universo: lo que se encierra es el afuera diría Maurice Blanchot, metáfora que he usado en varias ocasiones anteriormente pero que me sigue pareciendo de un intenso valor evocativo de los aires de nuestros tiempos.

Porque, sobre todo, en ciudades de amenazas crecientes, lo que se encierra es el exterior, el afuera purificado o desmaterializado, en donde prevalecen las economías ficticias sobre la territorialidad. La televisión no solo es un contacto ingrátido con el mundo exterior, es básicamente ese contacto mediado por tecnologías que impiden el enfrentamiento con el mundo real hoy asediado por la desarticulación de las redes urbanas, o al menos de la mayoría de ellas, que procuraban un paisaje compartido y ciertas formas de convivencia y solidaridad que parecen eclipsarse gradualmente.

## Referencias bibliográficas

Chambers, Iain

- 1995 *Migración, cultura, identidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Vattimo, G. y otros

- 1990 Posmodernidad: Una sociedad transparente?, *En torno a la Posmodernidad*, Barcelona: Anthropos.

Roman, Joel

- 1994 *La ville: chronique d'une mort annoncée?*, Revista Esprit, París: Juin, p.5.

Maffesoli, Michel

- 1990 *El tiempo de las tribus*, Barcelona: Icaria.

Sennet, Richard

- 1978 *El declive del hombre público*, Barcelona: Península.  
1995 *Vida urbana e identidad personal*, Barcelona: Península.

Fourquet, Francois y Lion Murard

- 1978 *Los equipamientos del poder*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Monsivais, Carlos

- 1998 Los espacios marginales. *Revista Debate Feminista*. Abril, México D.F.

# **La ciudad sin cuerpo y sin cuerpos: comentarios sobre el papel de las jergas académicas para estigmatizar lo urbano**

*Shanti Pillai\**

Este documento recoge mis comentarios a la ponencia *Territorio, Comunicación e Identidad: Apuntes sobre la vida urbana*, de Mabel Piccini la misma que pretende proveer un análisis de la vida en las ciudades en la postmodernidad [en algún lugar de América Latina?]. Debido a la complejidad del tópico, y al ambicioso tratamiento temático, me restringiré a comentar algunos de los sugestivos elementos aquí planteados.

## **Abstracciones y llantos**

Existe actualmente un abundante cuerpo de literatura que trata de la transformación de las ciudades atrapadas en los espasmos de la globalización económica y cultural. Tal como plantea la autora, es importante reconocer la polaridad de opiniones al respecto. Por un lado, se hallan los académicos quienes efusiva e ingenuamente hablan de las maravillas de la hibridación y que desfilan bajo la bandera políticamente correcta del -así llamado- ‘multiculturalismo’. Por otro lado, existen numerosos académicos quienes identifican tanto a la modernidad como a la postmodernidad como lamentando la supuesta muerte de los sentidos comunitarios y de la solidaridad social y la ascendencia del anonimato. Hay también aquellos, como la autora de la ponencia

---

\* Ph.D.(c) Performance Studies, New York University y FLACSO-Ecuador.

cia a la que me refiero, quienes utilizan retóricas postmodernistas para embellecer, o, mejor todavía, oscurecer, sus sentidos sentimientos nostálgicos. Intelectuales como estos últimos conjuran una visión utópica de un pasado ficticio, tradicional y feliz.

Me gustaría añadir que la investigación desde ambas tiendas ha tendido crecientemente a reposar pesadamente en jergas académicas antes que en observaciones concretas con la finalidad de soportar afirmaciones que, en el mejor de los casos, resultan dudosas a falta de descripciones etnográficas. En el contexto de esta discusión, tal vez el principal mérito del trabajo a comentarse es alertar a cualquiera que se halle trabajando sobre la vida urbana contemporánea para tomar precauciones con la finalidad de evitar tanto la celebración mal informada y políticamente inocua cuanto la desesperación del vacío, o para utilizar la retórica apocalíptica apropiada por la autora, para resistir a "la pulverización del espacio público".

A la luz de esta advertencia, encuentro particularmente provocadora la noción apropiada por la autora sobre la ciudad como una conglomeración de 'ciudades múltiples'. Esta aserción no implica afiliarnos a quienes hablan de 'la magia de la multiculturalidad'. Esta noción implica el reconocimiento de que la deterritorialización, las políticas y la planificación urbana convergen para la producción de poblaciones segregadas. Consumismo y una miríada de mecanismos de control conspiran a separar esferas raciales y de clase, dividiendo a la ciudad entre quienes son ciudadanos y quienes no lo son. Un estudio excelente en esta vena es el de Mike Davis (1990, *The City of Quartz. Excavating the Future of Los Angeles*, New York: Verso) que analiza las líneas ideológicas, legales, espaciales y estéticas que atraviesan a la ciudad múltiple de Los Angeles. El libro termina con un análisis de las revueltas raciales en Los Angeles y enfatiza en la habilidad de la represión para reproducirse a sí misma y como tecnología inherente a la inestabilidad de la metrópolis.

El hecho de que muchas ciudades, tanto en Latinoamérica como en todo el mundo, se hallen compuestas de múltiples fuerzas políticas, económicas y culturales, las convierte, por supuesto, en complicados objetos de estudio. El análisis de la ciudad demanda una descripción cuidadosa y una teorización de las tendencias globales en su relación

con el carácter local. Un primer punto crítico que quiero levantar se relaciona precisamente con esto. Yo no estoy de acuerdo con el carácter teleológico otorgado a una afirmación tal como que "el desarrollo unificado del mercado capitalista tiende a hacer de las ciudades dispositivos homogéneos". Sin embargo, esta es la impresión con la cual una se queda cuando se presentan descripciones generales como las de la autora para referirse a la ciudad de México. Para confirmar aseveraciones de este rango, del texto de la autora se desprende que la ciudad de México -cuando esporádicas alusiones emergen sobre ella a pesar de que el texto pretende ser un estudio de caso sobre la realidad mexicana- se caracteriza exclusivamente por sus plagas: el tráfico de drogas y el crimen organizado, la congestión vehicular y de las personas, y de masas anónimas, desconcertadas e incapaces de responder a los cambios históricos y culturales. Dada la descripción de la autora, la ciudad de México podría ser intercambiable con Río, New York, Dakar, París o una lista infinita de ciudades localizadas en cualquier parte del globo.

No existen 'ciudades abstractas' para el trabajo sociológico, ni ciudades meramente en negativo más allá de los estereotipos intelectuales. Tampoco coincide con un afán intelectual que olvida el carácter político y estigmatizante que de hecho tiene esta forma de discurso sociológico. Como forma de poder/conocimiento este tipo de narrativa refuerza su carácter estigmatizante. La vida social en cada una de las ciudades mencionadas no es la misma. La así llamada postmodernidad se revela a sí misma como un conglomerado de fuerzas y de procesos que proceden de forma diferencial tanto a través de las ciudades cuanto en el contexto de una ciudad en particular. La autora comete omisiones analíticas graves en gran parte derivadas de su negligencia para observar detalles culturales y sociales concretos y, en su lugar, hablar en términos generales y cargados de jerga. El resultado de este tipo de enfoque es que mientras, por un lado, los autores se quejan del anonimato de la ciudad, los académicos mismos perpetúan una imagen al tratar a la ciudad como si esta fuera sin cuerpo y sin cuerpos, esto es al negar a la historia y homogeneizar a la diferencia. Una no puede discutir a la globalización del capital y sus efectos sociales en términos globales, y, si lo hace, debe enfrentar el desafío de asentar la retórica en la realidad. El desafío que se presenta a los escolares y a los analistas de

políticas es el de mantener un balance entre observar a la cultura no como un todo cohesivo, y, al mismo tiempo poner atención a las dimensiones locales de la identidad y de la práctica cultural, inclusive reconociendo que tales dimensiones se hallan crecientemente redefinidas por condiciones de deterritorialización.

Si uno mira las cosas de esta manera, se desprende que no se puede intentar leer a la ciudad simplemente a través de la enumeración de sus 'equipamientos colectivos' y los modos oficiales de comunicación. En otras palabras, uno no puede colapsar lo público y la planificación privada de la ciudad con la experiencia cotidiana de sus habitantes. Colapsar estos dos niveles es desconocer las posibilidades de afirmación y de resistencia frente a las prácticas culturales hegemónicas y los usos concretos del espacio urbano. Desde mi perspectiva, afirmar, con la autora, que "los equipamientos colectivos tienden crecientemente a erigir un simulacro de congregación, contacto, vida urbana, diálogo y ensanchamiento de la civilidad" no describe vívidamente ningún equipamiento en particular, y, peor todavía, no provee detalle alguno sobre el rol de tales equipamientos en la vida social.

### **Anónimos y reaccionarios**

Es cierto que muchos académicos han argumentado que las ciudades a través del mundo están siendo planificadas en relación al consumismo. Un ejemplo excelente es Atlanta, Georgia, tal cual descrita por el antropólogo Charles Rutheiser (1996, *Imagineering Atlanta*. New York: Verso), cuando esta ciudad se preparaba para los Juegos Olímpicos. Otro ejemplo, señalado pero apenas explorado por la autora, podría ser el centro histórico de la Ciudad de México. Encuentro a la caracterización de esta área como "escenografía y puesta en escena turística del pasado", como evocativa y, ciertamente, digna de una ponencia en sí misma. Al mismo tiempo, sin embargo, yo sostengo que se necesita detalle etnográfico acerca de los usos del espacio en la ciudad y los significados vernaculares que se van adscribiendo a tales espacios. Encontraríamos, por ejemplo, que, probablemente, lo que aparece, según la autora, como descentralizado y/o como falto de puntos de articulación y referencia, tal como son descritas las áreas de la ciudad de México seleccionadas por la autora, puede que no corresponda

a como tales áreas son experimentadas en la vida cotidiana. De hecho, para contrastar este panorama con el caso del centro histórico de Quito, también nombrado como Patrimonio de la Humanidad al igual que el de la ciudad de México, a pesar de las iniciativas de planificación y el reforzamiento de su status turístico, la gente concreta sigue apropiándose de este espacio de acuerdo a necesidades burocráticas, de comercio, o de mera diversión. La articulación y la referencia no solo se planifican, se construyen en la vida cotidiana con sentidos diversos y muchas veces contradictorios por distintos actores sociales.

En esta misma línea de argumento la autora hace una afirmación interesante: que la mayoría de los residentes de la ciudad de México nunca han estado fuera de la colonia donde habitan y que nunca han estado siquiera en el centro histórico. Antes que perseguir este interesante ángulo, ella concluye que los habitantes, "casi no tienen idea de donde vive ni de lo que lo rodea". Este tipo de afirmación aparece como sin fundamento alguno, y tiene, claramente una carga etnocéntrica y peligrosamente autoritaria. Una vez más la reencarnación de 'el/la intelectual' como 'iluminado' como el polo opuesto de las masas ignorantes. Obviamente, tales residentes tienen alguna idea de donde viven. La pregunta es ¿cuál es esta idea? ¿Cuál es el concepto sobre la ciudad de México a partir de las fracciones que ellos habitan? Perseguir esta línea de reflexión, podría demostrar que a pesar de la mirada de representaciones oficiales sobre la ciudad como una suerte de comunidad-que-niega-a-la-comunidad, existen una multiplicidad de perspectivas acerca de lo que es la ciudad.

Más importante aún, para el tema que estamos debatiendo en esta conferencia, referencias a las representaciones de la gente podrían ayudar efectivamente a revelar los diversos modos alternativos de comunicación que existen fuera de la televisión, la industria del cine, el radio, la prensa escrita, internet, etc., como medios de creación -y no solo de destrucción- de sentidos. Creo que parte del problema reside en la insistencia de la autora por ver a la ciudad como un sitio que inherentemente promueve la anomia y la ruptura de los lazos sociales. La premisa que subyace a este tipo de argumento es que antes -exactamente donde se sitúa ese punto cero, todavía habría que preguntarse- del crecimiento sin precedentes de la ciudad y de la emergencia de las



fuerzas globales, existiría de hecho un sentido de continuidad y de comunidad. La nostalgia característica de este punto de vista no es nada nuevo. Esta tiene una larga historia colonialista y buena parte del trabajo en ciencias sociales ha creado una utopía a partir de una suerte de 'buen salvaje', en este caso del ciudadano nativo feliz que habitaba en armonía con la naturaleza, su entorno y la sociedad.

Además de este sentido nostálgico que permea y constituye al análisis, estoy en radical desacuerdo, por las razones esbozadas más arriba, con afirmar que, de una u otra forma, "todos los habitantes son extranjeros o marginales en la ciudad", así como no puedo concordar con las múltiples metáforas sobre 'el exilio' que son usadas repetidamente por algunos escolares. Yo prefiero restringir tales términos a los muchos que de hecho son exiliados, a todos los inmigrantes a las ciudades en todo el mundo quienes han sido víctimas de una tremenda violencia política, económica, étnica y cultural. El uso excesivo del 'exilio' como metáfora para apuntalar nostalgias, lleva a hacer equivalentes la situación del intelectual extranjero que enseña en una universidad local con la del inmigrante ecuatoriano en España, por ejemplo. Y creo que la vida como drama real y la confrontación de la dinámica urbana no se puede leer precisamente en el primero, más allá de las preocupaciones que este pueda tener sobre la soledad y el anonimato de las masas. Aquí quiero subrayar que, desde mi perspectiva, la metáfora del 'exilio' cuando es utilizada sin precisión histórica, tiene un lado profundamente reaccionario.

Inspirada por el reciente trabajo de James Clifford (1997, *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, Harvard University Press), encuentro mucho más productivo pensar en la deterritorialización y el desplazamiento que caracteriza a las vidas de amplios sectores poblacionales en las grandes ciudades no simplemente como la destrucción de lazos territoriales pasados y la pérdida de identidades y de prácticas sociales, sino como ejes constitutivos de nuevas prácticas culturales que apuntan a la creación de nuevas identidades sociales, e igualmente importante, de coaliciones políticas emergentes. Algunas de estas nuevas alianzas pueden ser estudiadas precisamente a través de nuevas redes de comunicación, y no a través de las tecnologías visuales, privilegiadas por la autora. Un ejemplo es el movimiento *bhangra* en Londres, en el cual la música del cine Hin-

di y Punjabi es mezclada con ritmos de hiphop, y letras al estilo del rap y del reggae. Esta forma emergente y el contexto de clubes que la acompaña, es el resultado de un proceso de migración postimperial de poblaciones colonizadas a Inglaterra y el desarrollo subsiguiente de una solidaridad política de clase. Ahora, el *bhangra* ha viajado a New York, donde se ha convertido en un vehículo clave de identidad para la segunda generación de inmigrantes sudasiáticos en Queens en sus esfuerzos para afirmarse en una, por lo menos, doble oposición: frente a la cultura euroamericana y frente al conservadurismo tradicionalista de sus padres hindúes.

En principio, yo podría estar de acuerdo con la autora sobre el hecho de que algunos equipamientos colectivos producen/transmiten identidades colectivas en las cuales la mayoría de la población difícilmente calza. La autora lamenta que "los excluidos tienen que aceptar a fuerzas la identidad asignada y los procedimientos de la exclusión lo cual refuerza la imposibilidad de integración y un enorme costo psíquico para asumir esa identidad asignada y construir su propia historia, etc". Esto podría ser cierto en algunos casos, pero todavía cabe preguntarse: ¿Qué respecto a la emergencia de nuevas formas de identidades que resisten y de coaliciones políticas que son nacidas precisamente de estas ciudades 'exclusionarias' y 'anónimas'?

Estoy pensando, por ejemplo, acerca de la reciente formación del grupo *Tolerancia* aquí en Quito, una organización compuesta por quienes no se conforman a las identidades asignadas por la heteronormatividad y sus acólitos. Es preciso preguntarse, por ejemplo, en el rol de la internet y su papel en la creación y la manutención de esta coalición. Miembros de *Tolerancia* de todo el país se comunican vía e-mail, por ejemplo. *Tolerancia* regularmente recibe preguntas y solicitudes de apoyo para gente que empieza a cuestionar su sexualidad o que reclaman su identidad en tanto gays. *Tolerancia* también se comunica activamente con grupos similares alrededor del mundo. Y este es solamente un ejemplo de como las nuevas tecnologías de comunicación no equivalen necesariamente a la alienación ni tampoco contribuyen necesariamente al anonimato, sino que, de hecho, pueden catalizar procesos contrarios. Hay, en definitiva, un potencial también democratizador en estas formas virtuales de comunicación, se da también la emergencia de organizaciones e identidades contestatarias, se tejen nuevos

significados sobre 'lo nacional', por ejemplo, que trascienden fronteras y que desplazan ideas en un afán optimista por producir cultura y escapar a los demonios de la 'mediatización'.

Como una última observación, me gustaría considerar la afirmación que hace la autora respecto a que las redes de video producen a la ciudad, a la ciudadanía, y en un sentido, por lo menos imaginario, a la sociedad. Sobre esto, ella advierte que los medios de comunicación están tan amarrados a las esferas públicas del poder económico y político como lo están los equipamientos convencionales con los cuales los primeros parecen diferir. El caso que se trae a colación es el de las tecnologías audiovisuales, sobre las cuales la autora afirma que construyen un puente entre lo público y lo privado, operando en esferas íntimas y en circuitos de personalización de los individuos. Como resultado, tales redes de video sirven para intensificar las redes de la 'familia intensa', un término que la autora toma prestado del trabajo de Richard Sennett sobre los suburbios en Estados Unidos. La autora, al operacionalizar esta noción asume todo un universo relacional como si este existiera transculturalmente. Las mismas prácticas de consumo varían de cultura a cultura, de clase a clase, y de generación a generación. Además, la noción de 'familia intensa', no puede ser aplicada a través de contextos culturales y momentos históricos. Si la ciudad promueve tales lazos conyugales, ¿qué se puede decir acerca de las diversas formas que, de hecho, adopta la familia, como institución, en la postmodernidad?

Aquí estoy pensando, por ejemplo, en el documental de Jenny Livingston, *Paris is Burning* (1993), el mismo que documenta la vida de la comunidad travestista-homosexual mayoritariamente negra pero también latina en Harlem, New York. Miembros de esta comunidad se organizan a sí mismos alrededor de 'casas' que funcionan parecido a las tradicionales familias extensas, con la excepción de que estas poseen una jerarquía matriarcal. En su intento por romper con el monopolio de imágenes blancas y heterosexuales, esta comunidad ha creado espacios generativos de identidades que toman al mundo dominante para parodiarlo e ironizar sobre él. A pesar del drama de su marginación racial, de clase y económica, esta comunidad ejemplifica cómo los aparatos e industrias culturales pueden ser reapropiados y refuncio-

nalizados para generar nuevas identidades, y formas de relación, características a un nuevo período histórico de lo urbano.

Para concluir, el ocultamiento de las ciudades concretas y de los cuerpos que las habitan, no solo aporta poco para la comprensión de como nuevas formas de territorialidad y de comunicación afectan a la constitución de identidades urbanas, sino que, insisto, esta retórica es peligrosa en términos políticos e intelectuales. Este es un tipo de discurso que afirma sentidos nostálgicos, despliega prepotencia intelectual, refuerza estigmas de clase prevalentes, homogeneiza y apolitiza situaciones de exilio y, finalmente, después de todo ello, nos devuelve meramente a lugares comunes. Es paradójico que, en un seminario sobre la 'comunicación' como tema sociológico, sean precisamente los intelectuales quienes se encarguen de elitizar la discusión en base a jergas que tienen un doble filo puesto que, por un lado, ocultan, y, por otro, estigmatizan. Siempre es bueno recordar, sin embargo, que no es solamente a partir de los estereotipos cómo la gente construye sus propios sentidos de vivir en las ciudades, y también, que, felizmente, no toda la gente toma tan en serio ni a las/los intelectuales ni a los medios como parece que lo hacen solo ellas/ellos mismos.

## Comentario

*Pilar Núñez C.*

Me adhiero a la ponencia de Mabel Piccini, por innumerables razones. Entre ellas, por su profundidad, porque invita a la reflexión, porque moviliza el pensamiento, por su contenido provocador al tratar la tríada Territorio, Comunicación e Identidad.

Miremos ese contenido. En primer lugar e incorporando quizá el sentido del seminario, esa tríada se ha construido teniendo como referente fundamental lo urbano y se deja fuera del análisis el espacio rural. En este marco, no es casual, en efecto, la ubicación del discurso en la ciudad, la metrópoli, que se constituye hoy por hoy, en uno de los temas de debate, desde varias disciplinas y paradigmas, quizá porque ella y en ella se concentran las más contradictorias formas de circulación de ideas y haceres, de afectos, racionalizaciones, hechos, en fin, pensamientos y acciones, sobre todo en esta etapa de la modernidad, la globalización.

Este discurso recorre, entonces, varios componentes que, a su vez, permiten estructurar la red triádica propuesta.

En primer lugar, podemos imaginar a Mabel Piccini y José Sánchez-Parga intercambiando sus planteos problematizadores de estos fenómenos. Los dos, desde distintas entradas nos posibilitan mirar la multiplicidad de conexiones y desconexiones sociales, culturales, económicas, políticas y comunicacionales que se operan en las grandes ciudades, productos de un proceso, diría yo perverso ( a veces), de globalización o mundialización de la vida y sus expresiones; proceso siempre marcado por el dominio de los grupos hegemónicos en cada uno de los ámbitos señalados.

Tanto es así, que el concepto o visión de territorio se amplía y deja de circunscribirse a lo real o terrenal, como dice Mabel Piccini. Los territorios pueden desterritorializarse o reterritorializarse, según sea la dinámica de producción y circulación de mercancías materiales o simbólicas, lo cual redefine, a su vez, la construcción de identidad o identidades.

Precisamente, el territorio, en tanto espacio en el que los sujetos 'arraigan' su experiencia histórica, se otorgan pertenencia y crean y recrean la identidad colectiva, sufre mutaciones, deja de ser puro para dar lugar a un modo o situación de incertidumbre, donde coexisten lo global y lo local de manera despersonalizada, donde la apropiación del espacio es impuesta y transitoria, donde se verifica el fenómeno de la inclusión y exclusión automáticamente, pero que responde paulatinamente a los requerimientos de una modernización e internacionalización contrapuestas al sentido de lo tradicional, al sentido de comunidad de intereses, de solidaridad, de socialización. Contrapuestas, en fin, a un sentido de ciudad, entendida como el más cálido espacio de construcción de ciudadanía e identidades, de energías colectivas que producen formas de equipamiento colectivo, donde el sujeto se verifica como ser social y no como mero individuo que lucha por su sobrevivencia y se sufre desarraigo y aislamiento.

Más aún, el análisis de Mabel Piccini posibilita una concepción de territorio que va más allá de la simple ocupación de un espacio físico, cualesquiera sean sus características. Como dije anteriormente, es necesario entender el territorio como un espacio social y de construcción de ciudadanía, un espacio de comunicación, lo que implica, sobre todo, el reconocimiento de la diversidad, la alteridad, desde el propio sujeto. Es necesario entender a la ciudad moderna como una forma o complejo de territorios, donde unos se van estructurando bajo parámetros de homogeneización, otros buscan la alteridad o contraposición a lo homogéneo, lo global (en su sentido negativo) y, otros finalmente, se erigen como extraterritorializados o marginales.

En este marco surge, entonces, la necesidad de que se reflexione acerca de los componentes y características de una ciudad moderna en tanto espacio de construcción de ciudadanía e identidad, considerando para ello, los procesos y fenómenos antes expuestos y sobre todo, el es-

pacio mayor donde las ciudades se expresan, esto es, el Estado nacional y la identidad nacional; tomando en cuenta también las categorías de integración (no centralización), interculturalidad y multinacionalidad; sin descuidar, obviamente, la política, referente necesario para la constitución de ciudadanía. Esto, ya que analizar la ciudad en sí o por sí misma, no posibilita una cabal comprensión del porqué de todos los fenómenos en los procesos de urbanización, es a lo que Piccini aporta al concebir lo urbano en su carácter de sistema operatorio que se desarrolla en las ciudades y en el campo, en los pueblos y en los barrios, en todos los lugares.

En segundo lugar, la comunicación que es el otro elemento fundamental de la tríada, debe ser mirada a la luz de este complejo de territorio, metrópoli, urbanización, cultura y globalización, lo cual conlleva superar la concepción y uso netamente instrumentalistas y pragmáticos.

Si aceptamos que la comunicación significa la producción compartida de significados a través de la cual las personas, grupos, comunidades ponen en común y otorgan sentido a su experiencia histórica, se constituyen como tales, se otorgan pertenencia y construyen sus identidades, veremos que los procesos de globalización o mundialización –que han trastocado las estructuras territoriales y de las ciudades– han trastocado también las relaciones sociales y, por tanto, comunicacionales.

Las metrópolis latinoamericanas están en un proceso de destrucción como espacios de esa comunicación, para convertirse en sociedades mediatizadas, donde las prácticas sociales se modifican así simplemente, debido a la operación de los medios y sus tecnologías. Tanto así, que la radio, la prensa escrita y sobre todo la televisión, son los que legitiman y verifican lo real, los que otorgan la calidad de ‘existencia’ a los sujetos, su pensamiento y sus acciones, así como a los objetos de la realidad; son los que garantizan la inclusión de las personas en el mundo del goce, del mercado, del poder, en una sociedad donde esa realidad creada desde los ámbitos de influencia hegemónica se convierte en la realidad que todos debemos asumir.

Desde cualquier terreno, no solo del consumo, como diría María Cristina Mata, los medios y las tecnologías garantizan a las personas

su inclusión en un mundo de iguales –imaginario, por cierto–. Gracias a tales medios, simbólicamente se eliminan o aminoran las diferencias y cada sujeto se constituye en protagonista, capaz de decidir y cambiar lo que no le gusta. Pero este protagonismo e igualdad son, obviamente, ilusorios o efímeros, dada la característica de aceleración de las inclusiones. Los problemas que adquieren presencia desaparecen tan pronto se agota el tiempo mediático y el protagonista, más bien espectador, es movido de un impacto a otro, perdiendo capacidad y competencia de ser sí mismo, en la sucesión vertiginosa de los cambios,

En este mundo así planteado, su pertenencia territorial, su identidad pierden estabilidad. Con ello y, contradictoriamente, se opera el fenómeno de la tendencia a resistirse o evitar el verdadero y necesario cambio, hasta alcanzar, incluso, cierto grado de patología. Al sujeto le resulta muchas veces difícil discriminar críticamente entre la realidad y la representación que de ella hacen los periodistas, los productores de los mensajes informativos, de opinión y publicitarios, lo cual deviene en un nuevo fenómeno de subordinación frente a estos ‘representantes’ de la ciudadanía, que se han auto otorgado el mismo poder que detentan los grandes medios.

Por otro lado, en esta época de desarrollo tecnológico, Fernando Carrión lamenta que se ha evidenciado un desencuentro entre medios de comunicación y ciudad y que, por tanto, la construcción de un proyecto social para la ciudad requiere de una política de comunicación que rompa dicho desencuentro. Pero es que el problema no es solo de medios y canales como dejaría entrever el discurso de Carrión en *Ciudad, Comunicación y Cultura*. Y, por tanto, no es totalmente válido otorgar a la ciudad la figura de medio de comunicación, a la población el estrecho papel de receptor y, al gobierno local, el de emisor. Entendiendo la intención, esta propuesta reduce la lectura de la propia ciudad y la comunicación a un proceso funcionalista, incluso, difusionista. Quizá podríamos pensar a la ciudad como una mediación en el intercambio simbólico de saberes, de ritualidades, de formas de ver el mundo, de comportamientos, de gestualidades, de espacialidades; pensarla como una mediación en la interacción de esos actores, diferenciados sí, pero que conforman identidades, como son los grupos, comunidades, población en general y los gobiernos locales.



Como se decía anteriormente, la metrópoli o gran ciudad genera transmutaciones entre lo público y lo privado. Por tanto, la comunicación no puede ser reducida a un simple proceso de emisor, mensaje, receptor. Debe ser vista como un complejo sistema de interacción cultural, en el que se incluyen los medios y con ellos, su industria creciente. Por supuesto que para lograr otorgar un nuevo papel a los medios, es necesario desacralizarlos o desatanizarlos y entender que su racionalidad deviene de la contradictoria dinámica entre lo global y lo local, entre la fragmentación y la globalización que caracteriza el mundo en estos momentos.

Ahí está el ejemplo de la radio comunitaria y la televisión regional en muchos de los países latinoamericanos, que son opciones que posibilitan la expresión de la heterogeneidad, la desigualdad y las diferencias de los territorios y las culturas. Esas nuevas modalidades mediáticas, se unen a las otras formas, modos, mediaciones y dimensiones de la comunicación, que permiten revalorizar la intervención comunicativa de los distintos actores sociales en los múltiples espacios de la ciudad y la sociedad en general.

El reto de la comunicación, no solo de los medios, insisto, es intervenir en la construcción de un nuevo tejido de lo colectivo, que implica una dinámica social ligada a la noción de comunidad; comunidad, como diría Martín Barbero, donde es posible recrear las formas de convivencia y deliberación ciudadana, las identidades y los modos de simbolizar los conflictos y los pactos. Entonces, esta nueva forma de equipamiento colectivo en la ciudad, que es la comunicación, tendrá un mejor sentido.

Es necesario redimensionar una comunicación que fortalece las redes de producción, reproducción, circulación y reconocimiento de significaciones que se operan en la familia, los grupos de pares, el parque, la iglesia, la escuela, el barrio, los movimientos sociales, que en una unidad conflictiva comparten la importante tarea de reconstruir el vínculo social a través de los relatos que dan sentido a la vida cotidiana. Se trata de reconocer a la comunicación en su característica de instauradora de intimidades colectivas y creadora de espacios de intercambios que permitan a los actores sociales enfrentar las mediaciones constituidas por los otros equipamientos colectivos.

En tercer lugar, y para completar la tríada, aunque su trascendencia sea, inclusive, mayor como categoría, se retoma el elemento de la identidad. Interesante resulta en el contexto de la metrópoli y la comunicación, el planteo de Mabel Piccini cuando afirma, retomando a Monsivais, que los excluidos en las ciudades deben asumir la asignación de identidad impuesta, lo que significaría un encuadramiento de las conductas, asignación de roles y definición de caracteres y tipologías sociales, lo que comporta enorme costo psíquico y social. Sin embargo, no necesariamente se logra este antipático propósito, pues estos grupos permanecen muchas veces como excluidos, a pesar de los esfuerzos globalizantes.

Tal fenómeno que produce este tipo de sociedad homogeneizante se opone, obviamente, al auténtico proceso de construcción de identidad o identidades, que es dialógico y, como dice José Almeida, precisamente se construye y reconstruye en la praxis social, a partir de la contraposición que una entidad social definida tiene con otras entidades análogas; oposición que, por lo general, se da en torno a recursos materiales y simbólicos que son necesarios para la existencia y continuidad socio cultural de los involucrados.

De ahí que el tema de la identidad no puede ignorar el tema de la cultura y en él, de la interculturalidad que, a juicio de Sánchez-Parga, supone las diferencias, el otro cultural, a través del cual toda cultura se reconoce a sí misma. Por tanto, se debe rechazar el intento del poder globalizador, de incluir a los miembros de una sociedad en una sola cultura y, con ello, en una sola identidad distintiva y coherente, como reclama García Canclini, peor aún al momento de reflexionar sobre la construcción de ciudadanía.

En el Ecuador, las estructuras de exclusión, de desigualdad, de privilegios, de dependencia, autoritarismo, etc., comportan características que, junto a otras con connotación positiva, definen maneras identitarias que se han ido modificando conforme la dinámica de cambio que se opera en el propio individuo, en el grupo y en la sociedad.

En este punto, es necesario reafirmar –nuevamente en el contexto de las grandes ciudades– que la ‘comunicación masiva’, con su tecnología moderna interactúa con otros sistemas represivos y se convierte en un importante factor responsable de la confusión alienante del

sentimiento de identidad. El mundo interno del individuo y sus relaciones sociales son impactadas por los mensajes de tal manera, que pueden consolidarse o desestructurarse. Las consecuencias serán de dos tipos: en el primer caso, se verificará la opción de cambio, el mejoramiento de la calidad de vida, la creatividad grupal y societal, la equidad, etc. En el segundo, está la duda, el sentimiento de ansiedad y depresión personal y social e incluso, la elección compulsiva de cualquier ideología, manera de vivir y, con ello, el reforzamiento de los fenómenos arriba expuestos como la exclusión arbitraria, dependencia, desigualdad, inequidad, etc.

Entonces, como bien lo recalca Alberto Santana, la dinámica identitaria no resulta de una simple adición de elementos culturales para un programa global uniformizante. Por el contrario, la identidad de los territorios que hace referencia a la identidad colectiva, es un proceso de construcción que se da mediante intercambios sostenidos en el plano de las ideas y de las realizaciones, que dan sentido y realidad a una multiplicidad de adhesiones societarias a partir de la diferencia. Ese es, indudablemente, el papel trascendente de la comunicación en la ciudad y sus diferentes formas de territorialidad, en este tiempo de la modernidad en nuestros países.

Y para ilustrar la necesidad de tener nuevas visiones que enfrenten las aristas negativas de la globalización quisiera hacer referencia a un hecho histórico:

Desde el padre Las Casas hasta nuestros días, América Latina ha sido considerada como objeto de explotación. Usureros y advenedizos, comerciantes y ladrones de toda índole vinieron a nuestra América después de la hazaña de Colón, con el único propósito de explotar sus riquezas y su gente. Y así es como han dado cuenta las diferentes formas de comunicación vigentes en cada época y como la intelectualidad latinoamericana ha interpretado, muchas veces, el fenómeno histórico de este territorio. Sin embargo, hay un aspecto que se ha soslayado y que comenzó a ponerse de manifiesto solo a partir de la celebración del Quinto Centenario. Es el hecho que América Latina ha sido no solo objeto de explotación sino también fuente de inspiración de las más importantes utopías revolucionarias de la modernidad.

En 1493 se difundió en toda Europa la famosa Carta de Colón, que daba cuenta de los atributos y maravillas de las tierras descubier-

tas. Fue tal el impacto de esta carta que la intelectualidad renacentista tomó a las sociedades primitivas como el modelo de justicia social que los sectores más avanzadas venían reclamando. Y se construyeron las primeras utopías. Tomás Moro, escribe su famosa Utopía inspirado en los valores y la forma de organización social de las sociedades americanas. No sería aventurero afirmar que dicha influencia estuvo presente en la construcción de las posteriores utopías revolucionarias de la modernidad, desde los anarquistas hasta Marx, al menos en aspectos como las críticas a la propiedad privada.

Y ¿qué tiene que ver con lo tratado hasta aquí?, se diría no sin razón. Pero la referencia a estos hechos históricos tiene como finalidad destacar un elemento importante en el proceso de construcción de nuestra identidad en estos territorios y donde la comunicación debe ser entendida de manera diferente (ahí la tríada): se trata de la fuerza con que América Latina irrumpe en el mundo de aquel entonces y la fuerza que sigue teniendo en el contexto mundial, no solo para modificar esquemas mentales y reafirmar inventos técnicos y descubrimientos científicos, sino y, fundamentalmente, para promover una nueva visión de la vida, llena de utopías, cargada de esperanzas.

Interprétenlo, por favor.

## Comunicación intensificada y cultura ciudadana: caso Bogotá

*Antanas Mockus\**

*Cultura Ciudadana* fue un programa de construcción de convivencia y de ciudadanía desarrollado por la Alcaldía Mayor de Bogotá durante tres años, de enero de 1995 a diciembre de 1997. Correspon­dió a la primera prioridad del Plan de Gobierno inscrito con la candi­datura –condición jurídica para la elección y para una eventual revoca­toria del mandato– y a la primera prioridad del Plan de Desarrollo y de los correspondientes planes de acción bianuales. Fue interinstitucional, multisectorial y durante los tres años absorbió directamente cerca del 3% del presupuesto de inversión de la ciudad.

Los *resultados* más notables fueron: reducción de muertes por ho­micidio (la tasa de homicidios anual bajó de 72 a 51 por 100.000 habi­tantes); reducción a menos de un tercio del número de niños lesiona­dos con pólvora en Navidad; reducción de homicidios culposos en ac­cidentes de tránsito en una quinta parte (de 25 a 20 por 100.000 por año); respeto de las cebras para peatones y uso del cinturón de seguri­dad por parte de más de dos tercios de los conductores. Medidas como la *ley zanahoria* -limitación del expendio de licores a partir de la 1 am.-, siguen hoy en día vigentes en Bogotá y han sido adoptadas por otras ciudades colombianas, como Cali, Medellín y Manizales.

---

\* Profesor de la Universidad Nacional de Colombia y ex-Alcalde Mayor de Santa Fe de Bogotá.

*Los objetivos del programa de cultura ciudadana fueron*

- a) mayor cumplimiento de normas de convivencia,
- b) mayor capacidad de llevar unos ciudadanos a otros pacíficamente a cumplir normas,
- c) mayor capacidad de concertación y de solución pacífica de conflicto,
- d) mayor capacidad de comunicación de los ciudadanos (expresión, interpretación) a través del arte, la cultura, la recreación y el deporte.

El programa de cultura ciudadana tuvo dos soportes conceptuales:

1. La distinción de la regulación jurídica (legal) de la regulación cultural (colectiva) y de la regulación moral (individual) (ver Cuadro 1). Buscó fortalecer la regulación cultural y la regulación moral. Buscó aumentar la congruencia y la eficacia complementaria de esas tres regulaciones, procurando debilitar la legitimidad cultural o moral de acciones contrarias a la ley. Buscó también comunicar (o reconstruir en un ambiente de comunicación) las razones de ser, y las conveniencias, de la regulación legal.
2. Una visión del conflicto como causado o agravado por limitaciones de la comunicación<sup>1</sup>. Se trató pues de lograr que los involucrados reconocieramos que muchas veces nos encontrábamos, más que ante negociaciones, ante un intercambio racional de argumentos. Se aplicó también la teoría de que la relación directa cara a cara tiene efectos de disuasión frente a la violencia. Se disuadió el chantaje. Se toleraron (y promovieron) nuevas formas de expresión de inconformidad o de agresión simbólica. Se aplicó la idea (desarrollada en Carrillo 1991) de que la interacción intensificada ayuda a reducir el divorcio entre ley, moral y cultura.

En relación al primer soporte conceptual, se verificó que la comunicación asumida honradamente, la apertura y la honradez en la comunicación, así como, en general la aceptación de una interacción más intensa, más cercana, más cara a cara, podían en efecto ayudar a reducir la

1 "Violencia como forma de comunicación", fue el título de un trabajo presentado en 1992 al Congreso Colombiano de Sociología.

violencia y contribuir a reducir la distancia entre la regulación cultural y la regulación jurídica (Carrillo 1991).

En relación al segundo, se optó por poner gran énfasis en la regulación cultural y la diferencia de esta regulación cultural con respecto tanto a la regulación jurídica como a la regulación moral individual. Y se puso el acento en la relación entre desconocidos y en la relación que ocurre en lugares como el transporte público, el espacio público y lugares de acceso público. Se vio la cultura ciudadana como un común denominador que facilita el desarrollo del carácter pluricultural y abierto, libre, propio de las grandes ciudades.

### **Cuadro 1. Tres tipos de regulación: legal, moral y cultural**

<b>Regulación</b>	<b>Legal</b>	<b>Moral</b>	<b>Cultural</b>
<b>Forma</b>	Explícita escrita	Implícita o reflexionada	Incorporada en actitudes y comportamientos
<b>Fuente de autoridad</b>	Voluntad popular (Constitución, Ley, Otras disposiciones)	Propia persona. Fuentes: padres, maestros, arte...	Pasado o comunidad. Condición (y signo) de pertenencia
<b>Sanción</b>	Castigo previsto expresamente (multa, cárcel...).	Culpa, malestar interno, tensión sobre identidad personal	Vergüenza, exclusión, mancha sobre imagen social
	Aplican la sanción	Autoridad expresamente facultada que sigue proceso previsto	Comunidad, sus voceros, sus miembros
Reparación	Cumplimiento de sanción aplicada	Arrepentimiento, propósito de cambio. Logros en tal propósito.	Disculpas, perdón, cambio de comportamiento visible.
Gratificación	Estímulos tributarios. Unas pocas distinciones. Pocos estímulos.	Satisfacción moral. Ampliación del sentido por reflexión y comunicación	Atención, felicitación, "tener en cuenta". Ampliación del sentido en la comunicación.
<b>Invocación central</b>	Derechos	Deberes	Hábitos que aparean derechos, deberes y placeres.

Llamo *divorcio entre ley, moral y cultura* la existencia de aprobación cultural y/o moral a acciones ilegales. ¿Por qué la comunicación y en general la interacción intensificada ayuda a reducir el divorcio entre ley, moral y cultura?

Si las dos formas principales de interacción racionalizada son la acción comunicativa y la acción estratégica, cabe responder en dos momentos:

*Si la comunicación se intensifica* los interlocutores pretenden validez en lo que dicen (comprensibilidad, sinceridad, verdad, rectitud) con más frecuencia y estas pretensiones son o aceptadas o problematizadas y defendidas. La eventual incredulidad de uno conduce, en condiciones de comunicación intensificada, al otro a formular más argumentos. La crítica adquiere más espacio. Pero también la justificación. Hay más ocasiones para aceptar el reto de evaluar los argumentos propios o los de la contraparte. Con relativa facilidad buena parte de las polarizaciones amigo-enemigo se encausan a cualificar mutuamente críticas y justificaciones. Las reglas pasan a evaluarse en términos de razones y resultados y no sólo en términos de a quién convienen.

La comunicación facilita la puesta en relación de derechos con deberes. La racionalización del derecho en términos de ‘derechos’ tiene la virtud de animar a todos los miembros de la sociedad a adherir a la ley por razones de propio interés. Permite además incorporar desde un comienzo la óptica igualitaria y redistributiva (¿acaso se justifica que tus derechos sean más amplios que los míos?). Sin embargo, la comunicación ayuda a descentrarse lo necesario para comprender cómo mis derechos se relacionan con los de los demás y cómo su respeto se articula al cumplimiento de los deberes de los demás y viceversa<sup>2</sup>. La comunicación facilita además la justificación de la ley desde distintas perspectivas (culturales, morales, filosóficas). Posibilita -y multiplica los alcances- de lo que Rawls llama un “consenso por traslapos”: el apoyo en las sociedades pluralistas democráticas, por parte de diversas tradiciones culturales, a unas mismas normas, aunque sea por razones diversas.

2 De hecho la Alcaldía utilizó un lenguaje centrado en deberes, salvo en materia de darme, alcohol y pólvora donde argumentó intensamente en términos de derecho a la vida y de preeminencia de los derechos de los niños.



Una comunicación intensificada también permite un fogueo más explícito y sincero de las propias convicciones morales. Y una crítica de lo culturalmente visto como aceptable o normal. La comunicación pública explícita ayuda a calificar los argumentos relacionados con la regulación legal. Puede contribuir a modificar también la cultura e influir tal vez en la moral. Una comunicación más privada entre ciudadanos también puede transformar la adhesión en materias específicas a la regulación legal o puede transformar criterios de evaluación de la acción propia o de la acción del otro. Por ejemplo, la regulación intrafamiliar terminó siendo un aspecto clave para ahorrar agua.

*Si la interacción estratégica se intensifica* hay más ocasiones para que las diferencias de intereses o de perspectivas se manifiesten, que los conflictos aparezcan a tiempo. Lo uno y lo otro puede llevar a que los derechos se invoquen más tempranamente y a que se teja un continuum entre la argumentación moral (privada o circunscrita al 'nosotros'), la argumentación ante el otro (lucha por una legitimidad cultural) y la argumentación jurídica (lucha por tener la razón ante la ley).

Cuando la comunicación se intensifica hay por supuesto el peligro de disolver ciertas ambigüedades cómodas y generar una percepción cruda de reglas, jerarquías y competencias. Pero la sinceridad produjo casi siempre mejor resultado que la tradicional diplomacia (diplomacia mal entendida). Decir muy claramente qué se podía y qué no, y recordar con precisión las competencias fueron herramientas de uso cotidiano.

El siguiente cuadro recoge tal vez los principales comportamientos ciudadanos modificados. No sopesa hasta dónde en cada caso se logró interiorizar la regla para aplicarla al comportamiento de los demás vía aprobación o reprobación externa (regulación cultural), o a interiorizarla para su aplicación al propio comportamiento (regulación moral).

**Cuadro 2 Comportamientos transformados y cambios en ley, cultura y moral**

<b>Algunos comportamientos transformados cambiando su aceptabilidad moral y cultural</b>	<b>Cambio en regla o dispositivo legal</b>
Portar armas	Altibajos
Maltrato intrafamiliar <sup>3</sup>	Amplificación dispositivo institucional y capacitación funcionarios en conciliación
Combinar alcohol y fiesta hasta altas horas y/o conducir embriagado <sup>4</sup>	"Ley zanahoria" y más control
Fabricar, almacenar y distribuir pólvora <sup>5</sup>	Parcial
Consumir pólvora	Radical
Facilitar pólvora a niños	Radical
No ponerse cinturón de seguridad	Más control
Parar vehículo pisando la cebrá <sup>6</sup>	No
Pagar soborno para evitar multa de tránsito	Cambió institución responsable del control
Concejal pide puestos u otra prebenda por voto favorable	No
Despilfarrar agua (durante emergencia)	Marginal

- 3 Las jornadas de vacunación contra la violencia -breve rito, asistido por psiquiatra o psicólogo, de rememoración de agresión, seguido de descarga emocional vía violencia simbólica sobre muñeco con cabeza con facciones del agresor recordado y reconciliación- fueron un éxito en términos de la participación (en total más de 40.000 participantes). Lo atestiguan las largas filas a la hora de cierre de la vacunación y la manifiesta disposición de otras personas a desahogarse del maltrato sufrido ante un contestador telefónico. Un elemento decisivo del éxito alcanzado fue la preexistencia de una red de lucha contra el maltrato infantil conformada por ciudadanos sensibilizados, especialistas y funcionarios que compartían la convicción de que el maltrato al niño es una manifestación muy grave de la violencia y un factor clave de su reproducción y persistencia. Fue notable la participación de cientos de funcionarios en las Jornadas de Vacunación, con un nivel de implicación psicológica personal intensa derivada de la vinculación de muchos a la mencionada Red y de la preparación especial de todos para las Jornadas y del impacto subjetivo de la metodología empleada.

Posiblemente la mayor limitación actual en la lucha por el buen trato a la población infantil se origina en la pluralidad de instituciones que lo atienden y en la dificultad para coordinar sus iniciativas. Las Jornadas de Vacunación generaron una mayor in

Como puede verse, en varios casos no hubo cambio de legislación. En muchos casos resolver problemas de organización y de aclimatación de los operativos de aplicación (enforcement) fue muy útil e involucró una comunicación amplia con los responsables. Se libró una lucha por superar la mera reglamentación o delegación mediante un trabajo compartido entre varios niveles jerárquicos para construir en detalle la 'operacionalización'. En la mayoría de los cambios logrados se combinó el mejoramiento de la norma o de su aplicación con un proceso educativo intenso.

---

tegración en la tarea y facilitaron un gran conocimiento de la oferta institucional (de hecho la demanda de atención institucional creció a más del doble).

- 4 Un paso clave fue lograr volver positiva la idea de lo *zanahorio*. Ser medido, ser medido en relación a los posibles excesos, se convirtió en una virtud públicamente defendible. Para ello sirvieron, tanto el uso de zanahorias físicas, como de zanahorias dibujadas, o de grandes zanahorias tridimensionales, la invención de cocteles zanahorios, etc. surgidos no de una programación sistemática, como la que habría hecho una agencia de publicidad, sino de una manera improvisada y juguetona y con muy bajos costos. Uno de los hitos comunicativos en este proceso fue -justo después de haber expedido la Ley zanahoria- ir a repartir con todo el equipo de gobierno zanahorias a un concierto de Carlos Vives con cerca de treinta mil espectadores y lograr un alto cumplimiento de la regla objetivo coyuntural: que cada espectador solo cogiera una zanahoria.
- 5 En varios barrios de la ciudad se convivía con altos niveles de producción ilegal, presentándose periódicamente graves accidentes. La venta se autorizaba a todos los fabricantes y distribuidores pero durante períodos muy limitados y en sitios definidos por la Administración.  
La interlocución de los polvoreros, de sus voceros institucionales y de sus abogados, jugó un papel crucial en la aclimatación de la prohibición del uso de la pólvora y el manejo de sus consecuencias para los fabricantes. Hubo mucha interacción aunque pocos acuerdos, todos orientados al acatamiento de la norma, la recalificación y una compensación económica parcial por la pólvora oportunamente entregada y destruida. Algo similar había ocurrido también con ASORRUMBA, la asociación de dueños de establecimientos de diversión, reaccionando a la Ley Zanahoria de una manera muy "zanahoria", es decir sin recurrir a los mecanismos tradicionales de chantaje, usando sí las formas legítimas de expresión de inconformidad.
- 6 Durante algunos días la avenida 19, en el centro de la ciudad, se convirtió en un lugar donde la ciudadanía se regocijaba sorprendiendo con chiflidos a quien detuviera su carro pisando la cebra. Una vez producido el chiflido, si el carro no se retiraba, aparecía un mimo, si el carro no retrocedía ante la invitación amistosa y lúdica del mimo, aparecía un policía de tránsito. Cuando éste ponía la multa, la gente aplaudía. Así se establecía claramente la represión como última medida de una secuencia pedagógicamente ordenada y se ampliaba su efecto pedagógico gracias a la claridad de la lectura de la situación y al respaldo social dado a la sanción.

Un elemento absolutamente crucial para multiplicar el efecto de las acciones de cultura ciudadana fue su altísima visibilidad ante la sociedad, lograda en buena parte por la vía de los medios masivos de comunicación. No campañas pagadas, sino formas novedosas, atractivas, de alto impacto visual o psicológico. En particular, en los conflictos que se presentaron en la ciudad con los polvoreros, con los taxistas, con los empresarios de buses, busetas y colectivos y con el mismo gobierno nacional a propósito del desarme, cuanto más oportuna, sincera, franca fue la comunicación, más resultados favorables se alcanzaron. Tal vez el caso con mayores limitaciones a la comunicación fue también el caso de mayores tropiezos, el del desarme coactivo<sup>7</sup>.

7 Desde 1994, se había logrado en la ciudad la suspensión de las autorizaciones de porte de armas durante el fin de semana, desde el viernes por la tarde hasta el lunes por la mañana. Para renovar periódicamente esta medida de desarme coactivo era necesaria la anuencia de un comandante local del Ejército Colombiano, quien dependía del Comandante del Ejército, éste del Comandante de las FF.MM., éste del Ministro de Defensa, quien responde ante el Presidente. Allí, al empantanarse la solicitud de renovación de la suspensión del porte de armas los fines de semana, se acudió a las dos instancias superiores, lo cual se volvió rápidamente contraproducente, sobre todo por malentendidos o aparentes malentendidos causados por algún periodista que terminaron dando al traste no sólo con la extensión a toda la semana del desarme sino incluso con el mantenimiento de la medida antes vigente. Durante meses la medida estuvo suspendida. Finalmente, las estadísticas sobre crecimiento del número de homicidios cuando se suspendía la restricción, sirvieron de argumento contundente para que el Presidente de la República ordenara a las FF.MM. apoyar al Alcalde con un desarme limitado a los fines de semana.

La cuestión de quién está facultado para desarmar a los civiles pone en juego y en tensión concepciones del Estado y de la descentralización. No es trivial responder cómo se distribuye aquí entre diversas autoridades la responsabilidad constitucional de garantizar la vida. La Constitución indica que el alcalde es Jefe de Policía (pero no dice que será jefe de la Policía). Sin embargo, el control de las armas está en manos del Ejército. Como es lógico, se intentaron procesos de comunicación. Pero la calidad y la intensidad de la comunicación en este caso particular dejó mucho que desear. Los efectos prácticos lo comprueban: durante ocho meses, una quinta parte del tiempo total de gestión, la ciudad no pudo contar con el desarme los fines de semana. Además, la ciudad nunca logró extender el desarme a toda la semana como era la voluntad de la Alcaldía.

Sin embargo, estas dificultades llevaron a la búsqueda de una alternativa más centrada en cultura y moral que en ley. Las jornadas de desarme voluntario organizadas tomando mucho de la experiencia de "Gifts for Guns" en Nueva York. República Dominicana y Salvador-, tuvieron una gran fuerza simbólica. Fueron organizadas por la Iglesia Católica y apoyadas por la Policía y la Alcaldía y por el sector privado (que dio los recursos para cubrir los bonos por US20 y US 100 entregados a cambio de

En tres de los cambios de comportamiento señalados se contaba con indicadores actualizados que permitían una evaluación frecuente de las acciones acometidas. Y la comunicación se veía muy marcada por la evolución de los indicadores<sup>8</sup>. Caso más destacado: el ahorro del agua<sup>9</sup>.

Muchas de las acciones de cultura ciudadana fueron presentadas como acciones preventivas y por lo tanto aclimataron medidas justificadas como medidas de reducción de riesgos, rompiendo con cierta lectura según la cual los individuos son totalmente libres para asumir riesgos.

A veces jugó un papel crucial la combinación entre opinión pública sensible, franqueza radical y una metodología elemental de regulación de la comunicación. Esto fue muy útil para generar de manera

---

cada arma, artesanal o industrial, traída a la casa cural en cada una de las 20 iglesias vinculadas).

Jugó un papel clave la Iglesia Católica. El Arzobispo de la ciudad, monseñor Pedro Rubiano, se comprometió a fondo con la iniciativa y, con el Alcalde, se declaró garante de la destrucción de las armas y de la no inculpación jurídica de quienes se acercaran a entregarlas (asimilando esta entrega a una especie de confesión).

Las jornadas de desarme voluntario configuraron una modalidad peculiar de comunicación de ciudadano a ciudadano. Mediante la entrega voluntaria y unilateral de un arma por parte de una persona, a cambio de un bono convertible en un regalo, se produce una dislocación del discurso usual a favor de la convivencia (se socavaba así de raíz la invitación a la autoprotección armada formulada hacia 1980 por altas autoridades militares). Como lo señala la fuerte reducción de homicidios lograda en ese diciembre (del 26.7 % con respecto al diciembre anterior) un gesto -repetido por más de 2.000 personas y cubierto ampliamente por los medios- volvió a decir más que un discurso.

- 8 Tuvo crucial importancia la información sobre armas y sobre alcohol suministrada por el Instituto Nacional de Medicina Legal. Fue muy útil la cooperación interinstitucional en el análisis de las causas de la violencia, en la promulgación de medidas y en la coordinación detallada de las acciones de aplicación ('enforcement'). Desarme, ahorro de agua, restricción a la pólvora fueron acciones construidas, perfeccionadas y socialmente convalidadas gracias a indicadores.
- 9 Tomar en serio la invitación al ahorro, en vez de hacer esta invitación formalmente solo para justificar a los dos días el racionamiento, no aceptar la presión periodística a centrar la noticia en las sanciones previstas para quienes no ahorraran agua, verificar que existía la voluntad de ahorrar y que había que ayudar con información y metodologías al cambio de hábitos fueron algunos de los hitos de esta campaña que permitió manejar durante cerca de cuatro meses una emergencia, con niveles de ahorro entre el 12 y el 16%.

participativa los planes de desarrollo local (Decreto 425 de 1995) y para mantener la independencia de poderes<sup>10</sup>.

Hay dos conjeturas que valdría la pena someter al veredicto de la investigación: 1) la comunicación ciudadanía-ciudadanía (básicamente el debate público, la invitación de sociedad civil a sociedad civil o el debate familiar) y de la ciudadanía hacia las autoridades ayudó a fortalecer la regulación cultural; 2) la comunicación entre autoridades y ciudadanía o entre autoridades parece corresponder a los casos en que resultó más bien fortalecida la regulación moral. Lo anterior sugiere que la participación ciudadana puede llegar a tener un potencial importante como fuente de autorregulación cultural entre ciudadanos.

La comunicación entre ciudadanos y entre ciudadanos y administración fue vista inicialmente desde una doble óptica: la de Habermas (cada interacción comunicativa tejiendo vínculos) y la de Bernstein (cada interacción comunicativa siendo ocasión para que actúen y se reproduzcan límites e identidades atados raizalmente al orden de la sociedad). Ambas visiones resultaron pertinentes gracias a su carácter complementario.

Una limitación del proceso fue que solo en unos pocos casos (como el del ahorro del agua o el de las cebras a las entradas de los establecimientos educativos) se pudo lograr un compromiso suficiente del sistema educativo. Para las otras medidas, lo hubo, pero difuso y en una escala no documentada.

Otra limitación fue percibir solo tardíamente que la moral y la cultura, además de sanciones, ofrecen potentes gratificaciones.

---

10 Cada vez que un concejal, un congresista pedía una cita, al igual que a todo solicitante, se le pedía que informara con precisión el objetivo de la cita. Se concertaba además lo que parecía una duración razonable de la cita para tratar el correspondiente tema. Apenas la conversación se salía del tema, el interlocutor era convidado muy comedidamente a solicitar una nueva entrevista y a informar el tema previamente para facilitar una respuesta preparada e ilustrada al respecto.

## Referencias Bibliográficas

- Alcaldía Mayor de Bogotá  
1998 *Formar Ciudad 1995-1997*, Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá (526 pág. incluye Plan de Gobierno y Plan de Desarrollo).
- Instituto Distrital de Cultura y Turismo  
1997 *Seguridad y violencia en Santa Fe de Bogotá*, Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo (132 pág. + 4 pág. de Adenda).
- Acero Velásquez, Hugo, Vargas, Daniel, Bulla, Patricia y Cardona, Sonia  
1997 *Políticas saludables para la seguridad y la convivencia*, Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Bernstein, Basil  
1971-1990 *Class, Codes & Control*, Vol. 1-IV, Londres: Routledge and Keagan, Paul.
- Bernstein, Basil  
1996 *Pedagogy, Symbolic Control and Identity. Theory, Research, Critique*. Londres: Taylor & Francis.
- Carrillo F., Clara  
1991 La interacción en la reconstrucción de legalidad y moralidad, monografía de grado dirigida por Antanas Mockus, Departamento de Filosofía, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Habermas, J.  
1987 *Teoría de la acción comunicativa* (2 vol.). Madrid: Taurus.
- Mockus, Antanas  
1994<sup>a</sup> Anfibios culturales y divorcio entre ley, moral y cultura. *Análisis Político*, 21.
- Mockus, Antanas  
1994<sup>b</sup> Anfibios culturales, moral y productividad. *Revista Colombiana de Psicología*, 3.

# Ciudadanía cultural y las organizaciones vecinales en la Ciudad de México<sup>1</sup>

Patricia Safa\*

*En la literatura sociopolítica predomina la imagen conservadora de las organizaciones vecinales; se les considera como organizaciones preservacionistas que buscan resolver los problemas locales y que no se preocupan por la discusión de los problemas de la ciudad en su conjunto. En este trabajo se analizará la problemática vecinal en la ciudad de México y presentaré dos estudios de caso para comparar el proceso de construcción de identidades de tipo territorial: la antigua Villa de Coyoacán y el pueblo de Los Reyes que actualmente forman parte de la mancha urbana. Se sostiene que toda forma de asociación, como las vecinales, contribuye a la democracia como lugares de información y socialización, pero también como espacios propositivos para la administración pública de la ciudad. Por lo mismo, para entender el carácter de su importancia política, me interesa ubicar la problemática en el contexto de la discusión de la ciudadanía cultural y la democracia.*

---

\* CIESAS-Occidente.

1 Ponencia preparada para el Seminario Internacional "Ciudad, comunicación y construcción de ciudadanía" organizado por FLACSO-Ecuador, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y la Fundación Friedrich Ebert, en la ciudad de Quito el 7 y 9 de septiembre de 1998.



En este trabajo me propongo analizar cómo se construyen las identidades vecinales, el sentido de pertenencia y el arraigo al lugar por ser la base de la formación de organizaciones vecinales que, a pesar de la pluralidad de sus demandas y su carácter restringido, constituyen un reto para la democracia. Su heterogeneidad y presencia en la vida pública, nos obliga a repensar su importancia política. La lucha por la identidad de tipo territorial que defienden los grupos vecinales se propone entenderla como una construcción socio-cultural que se elabora con base en los elementos comunes y compartidos por ellos definidos y que se activa no solo para volcarse sobre sí mismos sino para enfrentar los conflictos provocados por el crecimiento acelerado y descontrolado de las grandes ciudades como la Ciudad de México. La valoración positiva de lo propio y el deseo de autodeterminación es una respuesta frente al acceso desigual a los bienes y servicios urbanos pero también a la pérdida de la calidad de vida en las grandes metrópolis y a la falta de canales efectivos que les permita acceder e incidir en la toma de decisiones sobre la ciudad. En el caso de los grupos vecinales, la defensa y preservación del lugar de residencia es uno de los motivos que permiten su organización. Las autoridades que planean y gestionan los asuntos de la ciudad y las compañías inmobiliarias o comerciales, son los actores con los que tienen que negociar para defender y luchar por una mejor calidad de vida urbana. Lo anterior coloca en una tensión, a veces irresoluble, los intereses particulares de estos grupos con la planeación y gestión del conjunto de la ciudad. La lucha por la identidad vecinal busca el reconocimiento del derecho de los habitantes de la ciudad a decidir sobre el presente y futuro de su espacio residencial. Consideran que los planes de desarrollo urbano no son solo asuntos de inversión y regulación, también tienen que ver con los proyectos de vida de sus habitantes. Lo cotidiano, lo vecinal, lo cercano, en este sentido, se politiza. Este problema se agudiza en una ciudad como la de México que carece de estructuras intermedias eficaces entre las autoridades y sus habitantes. Por lo anterior, propongo analizar lo vecinal y su participación en la arena pública como una discusión de ciudadanía cultural y democracia participativa.

## Cultura y territorio: dos conceptos claves para estudiar las organizaciones vecinales

Gilberto Giménez (1996 y 1998) introduce una crítica provocadora y sugerente a las teorías "de la modernización inspiradas en el estructural-funcionalismo" que anuncian de manera apocalíptica el fin del territorio como resultado de la globalización económica y política que presenciamos en las últimas décadas. Se cuestiona si la expansión mundial de los medios de comunicación o las migraciones internas o internacionales que han facilitado la comunicación fluida de los mensajes culturales y la convivencia multicultural suponen el fin de las identidades de tipo territorial por obsoletas y anacrónicas. Por el contrario, propone no hablar de desterritorialización sino de nuevas formas de construcción de territorios locales, regionales, nacionales y mundiales. De otra forma, considera, podríamos dejar de lado fenómenos sociales y políticos, y por supuesto culturales, que se gestan en el contexto de la globalización como son las demandas del respeto a la soberanía nacional, la libre determinación regional y la autonomía local, junto con otros movimientos sociales que defienden el derecho a la *diferencia* por las minorías étnicas, de género o preferencia sexual, y la redefinición de los parámetros de *calidad de vida* que demandan una nueva cultura frente al medio ambiente, o se preocupan por mejorar el entorno urbano. Gilberto Giménez nos invita a repensar conceptos como territorio, cultura e identidad en nuevos contextos socioculturales y evitar profecías de tipo evolucionista que sostienen el fin de los referentes primordiales, en nuestro caso, los del vecindario que, desde la sociología de Chicago de principios de siglo, se pronosticó su muerte (ver Anderson 1965 y Keller 1965).

En la ciudad de México, cuando se habla de un barrio se piensa en "un lugar donde la gente se conoce y en un cierto estilo de vida que los caracteriza" (Gravano 1988: 134). Ciertamente el término *barrio* "es una nomenclatura territorial heredada de la ciudad colonial cuando el territorio se dividía para separar estratos y sectores de la población: en los barrios habitaba la población indígena y se distinguían del núcleo central de la ciudad donde los españoles edificaron sus casas y se encontraban, los centros políticos, religiosos y comerciales que regían la vida social y política del país (López Moreno e Ibarra Ibarra 1996:

30). A pesar de que en la Ciudad de México de principios del siglo XX comenzaron a construirse nuevas colonias y fraccionamientos con proyectos urbanísticos con ideas innovadoras de salud, belleza, bienestar y distinción como espacios del progreso, unifuncionales y socialmente homogéneos, los barrios no desaparecieron. En la actualidad la ciudad de México se distingue, como toda ciudad moderna, por la pluralidad de espacios y procesos socioculturales que en ella se viven (ver Augé 1995: 148 y 149). Sin embargo, los barrios hoy en día si bien suponen esta connotación histórica, responden, a realidades diferentes a las del pasado. Por ejemplo, en los antiguos pueblos como Xochimilco y Cuajimalpa, asentamientos prehispánicos que ahora forman parte de la mancha urbana, podemos encontrar fraccionamientos donde habitan sectores de la clase alta que les gusta vivir en las delegaciones periféricas del Distrito Federal por ser considerados en el imaginario como lugares 'en el campo alejados de la ciudad' pero donde construyen muros que los separa de ese mundo tradicional y empobrecido. Antiguas colonias residenciales de la ciudad como Polanco, la colonia Roma o la Del Valle, a principio del siglo, periféricas, ahora comienzan a formar parte del circuito comercial y financiero del centro de la ciudad. Sectores de la clase media ahora son vecinos en colonias populares como Santo Domingo y el Ajusco que se formaron por invasión en zonas sin servicios urbanos en la década de los setenta. En este contexto de transformación urbana y de complejidad creciente, es importante preguntarnos cómo las personas construyen el sentido de pertenencia a un lugar y se organizan para defender su entorno residencial.

En la ciudad de México, la adscripción territorial tiene una importancia política porque es la base organizativa para la participación en la política y gestión urbana (véase Anaya Lazurtegui 1995). En el pasado estas instancias representativas<sup>2</sup> carecían de importancia por su

2 Desde la Reforma de 1928, cuando se delimita el Distrito Federal, se buscó la presencia, primero de los gremios representantes de diferentes sectores sociales, y posteriormente, la representación vecinal a través de los Consejos Vecinales, desde entonces sin representación independiente frente al gobierno de la ciudad, aunque fueron considerados como los interlocutores de las demandas de los habitantes de la ciudad.

falta de capacidad para intervenir o participar autónomamente en la toma de decisiones sobre la ciudad o sobre sus lugares de residencia (Ziccardi 1994). No en vano Peter Ward (1991) describe a la ciudad de México como una de las ciudades más antidemocráticas donde la población, hasta 1996, no tenía el derecho a elegir a sus autoridades<sup>3</sup>. En la actualidad, ha crecido el interés de los vecinos tanto de los antiguos pueblos y barrios como los que habitan en colonias populares, de clase media o alta en la ciudad de México para defender, preservar o cambiar su lugar residencial; pero, sobre todo, para participar en la toma de decisiones como una vía para luchar por la democracia. Para destacar su importancia, se requiere rechazar una visión evolucionista, como lo señala Gilberto Giménez, que pronostica el fin de los vecindarios como referentes de identidad individual y colectiva. Las movilizaciones vecinales forman parte de los nuevos grupos sociales organizados que buscan la participación en la toma de decisiones y la autodeterminación como una forma de luchar por la democracia. El barrio y el vecindario es el escenario de procesos sociales donde se ponen en juego intereses económicos entre diferentes actores interesados por el control del uso del suelo y del espacio construido de la ciudad, lo que los constituye en una arena política de negociación y confrontación.

Propongo pensar la identidad vecinal como un proceso de contraste y un sistema de relaciones que tiene como referencia un territorio. Es decir, como una representación y una práctica de pertenencia a un lugar a partir de las cuales se definen los límites y fronteras –reales o imaginarias– de un territorio que, desde el punto de vista de los sujetos, posee una identidad que lo distingue de otros territorios. Estos lugares poseen un nombre y un referente de identificación que es reconocida socialmente no solo por los vecinos sino por la sociedad en su conjunto. La formación de las identidades vecinales es el resultado de un proceso de construcción histórica que a su vez es constructor de la realidad física-geográfica y de la sociedad de la que forma parte. Esta definición permite pensar a los vecindarios no como comunidades geo-

3 Las elecciones las ganó Cuahutémoc Cárdenas, candidato del PRD, partido de oposición del partido oficial. Como regente de la ciudad ha tenido que enfrentar problemas difíciles de solución como la violencia urbana y la contaminación. En este contexto, la reestructuración de las representaciones vecinales se ha convertido en una arena de conflictos entre los partidos para apoyar o deslegitimar al nuevo gobernante.

gráficas sino como espacios donde la cultura y el poder se inscriben (ver Altman y Zube 1989: XVII). Los vecindarios además de ser una construcción social y cultural, son espacios de interacciones y relaciones, por lo mismo, arena de conflictos.

## **Ciudadanía cultural y la lucha por la ciudad**

*Los derechos culturales, como derechos que se negocian, y que no siempre se institucionalizan legalmente, incluyen el derecho a dignificar las representaciones, a mantener un estilo de vida y el reconocimiento de una identidad. Estos nuevos reclamos se pueden pensar como una nueva expansión o radicalización de los derechos sociales y políticos. Se universalizan y se extienden a la democracia cultural y al reconocimiento cultural. Suponen no solo representaciones simbólicas, modos de comunicación y reconocimiento cultural. Incluyen no solo la tolerancia a la diversidad de las identidades sino también la dignificación de las representaciones, de las normatividades y la cultivación de estas identidades y sus correlaciones simbólicas. Este tipo de demandas son acompañadas de conflictos sociales y cuestionan el papel arbitrario del Estado. En un proceso de negociación para la institucionalización de los derechos que se reclaman frente al Estado y las clases dominantes. Esta redefinición pone en tela de juicio el tipo de derechos legítimamente reconocidos. Además, se dan en el contexto de la globalización, el debilitamiento del Estado, la crisis del sistema de seguridad y la proliferación de los medios de comunicación y la formación de nuevos movimientos sociales y culturales. (Pakulski 1997: 77).*

La conciencia de la responsabilidad social frente a los problemas sociales es un fenómeno reciente en el mundo entero en el que participan no solo los sectores más desfavorecidos sino también las clases medias y altas. Como destacan Miguel Darcy de Oliveira y Rajesh Tandon (1994), en las últimas décadas, gente de todas las clases, credos y orígenes étnicos, se han organizado para defender la democracia, los derechos humanos, un desarrollo económico más equitativo, un

medio ambiente más seguro. Frente a los problemas sociales, consideran, la acción ciudadana se ha vuelto multidimensional como la diversidad de las actividades y problemas sociales; sus niveles de acción pueden ser locales o globales, sus acciones dramáticas o invisibles, sus alcances pequeños o masivos, sus acciones confrontadoras o cooperativas, sus organizaciones permanentes o efímeras, espontáneas u organizadas. Algunos de estos grupos ponen en entredicho la legitimidad de los gobiernos por la corrupción pero también por la falta de procesos democráticos de representación y gestión. Frente a los múltiples problemas, la sociedad civil se organiza para defender y demandar, pero sobre todo para intervenir en su solución. Cada día se reconoce más la legitimidad de sus demandas y la importancia de su presencia porque estos grupos han servido de catalizadores entre el gobierno y las empresas, entre los derechos de una vida de calidad y la lógica del mercado. Los derechos culturales se construyen, como afirma Triadafilopoulos (1997), a partir del auto-respeto, que se logra gracias a ciertas condiciones sociales y formales que permiten defender la propia identidad (pág. 270). Por lo mismo, la democracia participativa se debe construir sobre estas bases para no convertirse en un concepto abstracto carente de carne y hueso.

Uno de los problemas teóricos y prácticos de la democracia, como señalan Cohen y Rogers (1995), es la proliferación de organizaciones de la sociedad civil que produce la democracia de masas como asociaciones secundarias: "toda esa amplia variedad de organizaciones intermedias, no familiares, entre los individuos, las corporaciones y las instituciones del Estado y los sistemas políticos electorales" (pág. 7). Las organizaciones sociales –como asociaciones secundarias– se han caracterizado por su potencial transformador no tanto en el terreno político sino de la vida cotidiana; es decir, son grupos que buscan caminos alternativos de vida, "de formas de construir comunidades –identidades– y de incidir en aquellas decisiones que tienen que ver con los espacios de la cotidianidad" (Cohen y Arato 1994: 494). Las organizaciones vecinales forman parte de estas *asociaciones secundarias* que se organizan para defender su entorno residencial. Se han caracterizado por el número relativamente pequeño de personas que participan, porque se orientan con modelos poco elaborados, con organizaciones

carentes de estructuras burocráticas y donde el liderazgo juega un papel poco importante ya que las decisiones se toman de manera colectiva. Este tipo de grupos tienden a ser plurales porque se generan por conflictos muy específicos y es en el mismo proceso como logran construir una identidad grupal. Otra de sus características es que estos grupos no buscan la transformación de la sociedad sino incidir en aquellas decisiones que les afectan. Son actores sociales que no se pueden definir en términos económicos –trabajadores, clase dominante, media o popular– sino por el lugar de residencia. Lo anterior ha llevado a algunos autores a caracterizar a estos grupos como portadores de “una contra cultura micrológica” (Evers 1985:34) cuyos resultados aparecerán a largo plazo, que echan raíces en la vida diaria y en las orientaciones culturales de una sociedad, por lo mismo, importantes por su capacidad *innovadora* y no por su potencial político.

### **Las demandas vecinales**

Los sismos de 1985 evidenciaron la incompetencia de las autoridades de la ciudad para enfrentar una situación de emergencia y la presencia de una sociedad civil cada vez más afectada y preocupada por la magnitud de los problemas de la ciudad. Esta fecha fue un momento donde se evidenció su fragilidad y el desamparo de la población frente a los serios problemas de una megaciudad como la de México. Muchos de estos problemas afectan al conjunto de la población sin distinción de clase o espacio. En la actualidad, al conjunto de los habitantes de la ciudad de México les preocupa la distribución desigual de los servicios urbanos pero también el deterioro del entorno urbano, la falta de espacios verdes, el incremento de la inseguridad y los cambios en el uso del suelo de habitacional a comercial (ver Safa 1997). En las delegaciones centrales y las de mayor consolidación urbana, el principal problema que preocupa a los vecinos es la conservación del medio ambiente. Luchan por rescatar y preservar la imagen urbana y mejorar la calidad de vida. Se oponen a la proliferación de vendedores ambulantes o a la construcción de vialidades, la prostitución y la inseguridad pública; demandan la eficiencia de servicios públicos y, por supuesto, la protección y aumento de las zonas verdes, parques, centros deportivos y culturales.

El crecimiento acelerado de la ciudad de México y la expansión de la mancha urbana fue posible gracias a la incorporación de tierras rurales, pueblos, municipios cercanos. Muchas de las delegaciones políticas del Distrito Federal fueron hasta hace poco tiempo pueblos, rancherías y ejidos. Este es el caso de las delegaciones Xochimilco, Milpa Alta, Cuajimalpa, Magdalena Contreras y Tláhuac. En estas delegaciones se encuentran las principales zonas forestales y se combina el suelo urbano con sembradíos de diferentes productos. Son delegaciones que también se caracterizan por las carencias en servicios urbanos. En estas delegaciones, la gente cuida sus terrenos no solo porque les interesa proteger los ‘pulmones’ de la ciudad sino porque dependen de la tierra para su subsistencia.

Los problemas que han surgido por la desigual distribución de los bienes y servicios urbanos –vivienda, agua, drenaje, transporte– han motivado la organización de los sectores populares que habitan sobre todo en las delegaciones periféricas de la ciudad. La prensa diariamente relata las presiones que estos grupos ejercen a través de continuas marchas y plantones con las consabidas quejas de la población porque provocan caos vial y contaminación. En la actualidad, también les interesa gozar de parque, centros culturales y deportivos, vigilan para que no se utilicen los espacios verdes para otro tipo de construcciones o se organizan para barrer las calles, sembrar árboles o contra la inseguridad.

El deterioro de la calidad de vida es una constante para los habitantes de la ciudad de México. Lo anterior ha favorecido la presencia en el escenario público de actores sociales muy heterogéneos que demandan mayor eficiencia en los servicios urbanos, transparencia en el uso del presupuesto pero sobre todo, participación en la toma de decisiones. Por ejemplo, frente al cambio en el uso del suelo, los vecinos de algunos lugares como Coyoacán, San Angel o Polanco se amparan con la ZEDEC (Zonas Especiales de Desarrollo Controlado)<sup>4</sup> para evi-

4 Las ZEDEC son un mecanismo que se instituyó para regular los cambios en el uso del suelo no contemplados en los Planes Parciales de Desarrollo de las delegaciones. La proliferación de firmas de convenios para el establecimiento de ZEDEC se debe a que los vecinos encontraron en ellas un recurso para detener la presión de las inmobiliarias, la congestión urbana y el deterioro de la calidad de vida (véase Sánchez Mejorada 1993: 49).



tar la apertura de nuevos comercios o escuelas porque alteran la imagen urbana y la *paz* en sus zonas residenciales. Las compañías inmobiliarias consideran que lo anterior es una manifestación de una *política hostil* a los proyectos de modernización y crecimiento de la ciudad, y una política errónea pues limitan el crecimiento de la plusvalía por el uso restringido del suelo (*Periódico Reforma*, 16 de junio de 1994: 7B). Los vecinos protestan porque se construye en las zonas de reserva ecológica, en las barrancas, en los lotes baldíos asignados para parques o lugares recreativos. Se firman convenios con las autoridades o se forman asociaciones para proteger estos espacios valorados por ellos. No quieren que en estos lugares se construyan condominios o centros comerciales. En algunos casos proponen la compra colectiva de espacios comunes para administrarlos y cuidarlos comunitariamente o elaboran proyectos para contribuir en la preservación del medio ambiente. Este es el caso de la colonia Huayamilpas, que se formó con el programa de reacomodo de los colonos de Santo Domingo de los Reyes, una colonia que se formó en 1971 con la invasión a los terrenos comunales de Los Reyes, Coyoacán. Los habitantes de la nueva colonia destinaron una parte del terreno para la construcción de un parque en lo que antes era un tiradero de basura. La gente se organizó para limpiar el terreno, sembrar árboles, construir andadores, canchas deportivas y un lago artificial. Este fue el primer parque en Los Pedregales de Coyoacán, una zona de barrancas que antiguamente los antiguos pueblos circundantes lo usaban para el pastoreo y la agricultura. Por la falta de recursos, los vecinos solicitaron apoyo de la delegación para llevar a cabo el proyecto. En la actualidad la población participa activamente en su mantenimiento y administración.

La comercialización de las zonas habitacionales es otro de los problemas que más preocupan a los vecinos. En San Angel, por ejemplo, dada su cercanía a la avenida Insurgentes, el cambio de uso del suelo se ha incrementado en los últimos años. Para frenar el proceso, los habitantes realizaron *cierres simbólicos* de los comercios, organizaron marchas y exigieron a las autoridades no conceder más permisos que alteraran el uso del suelo permitido (véase *Periódico Reforma*, 4 de mayo de 1994: 8B).

La inseguridad pública es otro de los problemas al que los vecinos son más sensibles, tanto de colonias residenciales como populares. En las colonias de clase media los vecinos contratan sistemas de vigilancia privadas y cierran las calles para controlar el acceso a sus colonias. En algunas colonias populares la población ha tomado medidas para resolver el problema de la criminalidad como tomar por rehenes a los asaltantes o quemar patrullas de la policía como protesta ante la impunidad<sup>5</sup>.

La búsqueda de una vida de calidad ha permitido la revalorización de lo local como un espacio de participación social y política. Desde el espacio residencial se demandan soluciones a los problemas o se imagina el futuro. Voy a presentar dos casos en la Delegación Coyoacán donde se usa la *identidad local* para enfrentar los problemas del presente y se imagina el futuro: La villa de Coyoacán y el antiguo pueblo de Los Reyes, dos lugares de origen prehispánico.

### **La preservación de las identidades territoriales: una estrategia para la democracia**

La construcción y reconstrucción de las identidades locales en las grandes ciudades es una estrategia discursiva que adquiere sentido en el contexto de la complejidad urbana. En la villa de Coyoacán se defiende el *ambiente coyoacanense* como una representación imaginaria de cuando, a principios de siglo, la villa era un pueblo donde los habitantes de la ciudad de México construían sus casas de campo y recreo. En el pueblo de los Reyes se han revitalizado las tradiciones y la organización comunitaria como una estrategia para frenar la construcción de condominios horizontales para la clase media que busca vivir en lugares *tradicionales* como una alternativa para escapar de la vida acelerada y conflictiva de la metrópoli. La población que habita en estas zonas defiende la *preservación* de los entornos urbanos evocando el pa-

5 En 1994 se publicaron en la prensa cuatro casos donde la población actuó para detener a los delincuentes: el 27 de mayo los vecinos de una colonia popular intentaron linchar a un policía porque atropelló a una niña de 10 años; el 2 de junio, 300 jóvenes quemaron una patrulla y un camión de la Ruta 100 porque un policía atropelló a un menor; el 15 de junio los pasajeros de un microbús quisieron linchar a un asaltante; el 25 de septiembre los pasajeros impidieron el asalto a otro microbús.

sado para legitimar sus demandas. En ambos casos, la historia y la identidad del lugar son la base para la construcción de la identidad local.

La Delegación Coyoacán comenzó a ser parte de la mancha urbana de la ciudad de México a partir de 1950. En períodos anteriores había logrado mantener una relativa autonomía frente a la ciudad central. Esta diferenciación se basaba en el uso del suelo y ocupación de la población. Los establos, las huertas de árboles frutales, los sembradíos, los manantiales y arroyos eran parte del entorno de la región cuando los campos de cultivo la separaban de la ciudad de México, a pesar que desde 1928 se le designó como Delegación Política del Distrito Federal. En la actualidad, es una zona urbana densamente poblada.

La transformación de Coyoacán es el resultado de un proceso muy complejo y contradictorio en donde se embonaron tanto las necesidades de expansión territorial y de recursos de la ciudad de México con procesos internos que promovieron el cambio. La agricultura desapareció cuando los pozos y manantiales de agua se desviaron para satisfacer las necesidades de la ciudad central. Sin embargo, este momento fue el final de un largo proceso de incorporación. Desde el siglo XIX en Coyoacán, al igual que en San Ángel y Tlalpan, se construyeron algunas casas de campo que pertenecían a familias ricas de la ciudad de México que buscaban refugiarse del bullicio de la ciudad durante los fines de semana y las vacaciones de verano. Algunos propietarios de haciendas y ranchos cercanos a la Villa pensaron que 'lo agradable de su entorno provinciano y tranquilo' podía convertirse en un jugoso negocio al convertir los terrenos agrícolas en predios urbanos para atraer a nueva población que residiera en el lugar de manera permanente. La colonia del Carmen fue el primer proyecto que marcó su destino. La construcción del ferrocarril permitió la llegada paulatina pero constante de gente que trabajaba en la ciudad de México y que regresaba diariamente a su casa en Coyoacán. En este proceso también se transformó la fisonomía del lugar y la ocupación de la población. Los antiguos oficios de torneros, floristas y pequeños comerciantes fueron cediendo el paso a plomeros, albañiles y electricistas. Los antiguos jornaleros y campesinos se convirtieron en obreros y empleados.

A finales del siglo pasado los cronistas y viajeros todavía describen a la Villa de Coyoacán como "un lugar hermoso, tranquilo y de

hermosas huertas" (Madanie Calderón de la Barca 1977 [1897]: 385). También se habla del lugar como 'el corazón cultural de la ciudad de México' por haber sido morada de intelectuales y artistas como Frida Khalo y Diego Rivera o personajes históricos como León Trosky (de León 1988: 29). Cuando se describe el *ambiente coyoacanense* se hace referencia a este conjunto de características que se recuerdan y recrean hasta el presente. Es un origen, una forma de ser, que forma parte de un imaginario colectivo que sirve para incluir y excluir, permitir o no la transformación del entorno urbano. En este discurso se presenta una imagen idealizado del pasado para frenar los cambios en el uso del suelo urbano. Este interés tiene que ver no solo con la nostalgia sino sobre todo con formas y calidad de vida que se considera que la *modernidad* ha destruido. En este caso, el imaginario urbano se alimenta de realidades que han dejado sus huellas en el entorno urbano pero que han desaparecido en su intención y contexto original.

La transformación de la Villa y sus barrios, al igual que otros centros históricos de la ciudad de México, ha sido el resultado de pérdidas y negociaciones por el proceso de incorporación obligada a la mancha urbana de la gran ciudad. La segunda transformación se dio cuando dejó de ser un espacio destinado a la habitación, a un lugar de cierto tipo de comercios que incrementan su valor histórico y lo convierten en un lugar turístico *de moda* para jóvenes e intelectuales que encuentran en el lugar una oferta recreativa y cultural importante. El desplazamiento de la población original por sectores de la clase media que decide vivir en lugares con *arraigo histórico* fue convirtiendo a Coyoacán en un lugar económico y simbólicamente valioso. En este proceso de transformación y cambio, la preservación de la identidad local es el eje que articula las demandas vecinales pues les permite conservar su patrimonio. Desde este contexto se construye y reconstruye la identidad a través de narraciones que la representan cuando se recrea ese Coyoacán provinciano y tranquilo, pero cultural y cosmopolita, anfitrión de artistas, políticos e intelectuales que como ellos aprecian vivir en una escenografía cargada de historia y de símbolos.

El pueblo de los Reyes es un pueblo que existía antes de la llegada de los españoles a Tenochtitlán. Durante la Colonia formó parte de la jurisdicción de Coyoacán que pertenecía al marquesado del Valle y fue uno de los muchos pueblos destinados para la vivienda de la pobla-

ción indígena de la región (véase García Martínez 1969). Hasta años muy recientes, era un pueblo de casas rodeadas de huertas y corrales, y de vecinos que se conocían de toda la vida. El medio ambiente rural, cuando Los Reyes era un pequeño pueblo alejado de la ciudad, es el elemento dominante de la narrativa de la identidad local que, de manera contradictoria, lo hace atractivo para el desarrollo de proyectos inmobiliarios sobre todo por su ubicación estratégica de cercanía al Centro Histórico. Con la llegada de los nuevos pobladores las grandes huertas están desapareciendo y los automóviles tienen serios problemas para circular. Es un pueblo de callejones y calles estrechas que se construyó para ser recorrido a pie o a caballo. Los nuevos vecinos tampoco aprueban algunas costumbres locales como las fiestas tradicionales porque ‘causan muchos ruidos con sus cohete’, ‘porque cierran las calles durante las celebraciones y no pueden sacar sus automóviles’, porque la población originaria ‘acostumbra a criar animales y causan malos olores...’ Tanto en el Centro Histórico como en el pueblo de Los Reyes, a los grupos les interesa participar en la Junta de Vecinos por ser la instancia formal de representación vecinal.

En el Centro Histórico existen diversos grupos que compiten por ganar las elecciones para representantes vecinales. Algunos se preocupan por *preservar el ambiente histórico* y a otros les interesa fomentar la tendencia a la *especialización* comercial. Para los primeros, Coyoacán es un lugar para la vivienda y se oponen a los intereses que buscan *explotar* el patrimonio histórico. Otros, en cambio, consideran que Coyoacán no es un lugar que debe conservarse como museo sino abierto al cambio e incrementar el valor simbólico y económico del suelo. En los dos casos, las decisiones sobre el uso del suelo generan confrontación aunque en el proceso, el derecho a decidir sobre el uso del suelo y la preservación de la imagen urbana se ha legitimado. Este es el caso de la oposición de algunos de los habitantes del barrio de La Conchita que se movilizaron para rechazar la apertura de un teatro: "nos dijeron que el destino de Coyoacán era ser un lugar abierto a la cultura... pero no enfrente de nuestras casas; no nos interesa la congestión vehicular, tampoco queremos la llegada de vendedores ambulantes a nuestro parque. Si quieren ver teatro, que vayan a Bellas Artes. Coyoacán es un lugar para vivir, con monumentos y casas históricas que debemos cuidar, no un mercado de cultura" (panfleto).

La pérdida de la tierra ha sido uno de los motivos de conflicto y tensiones al interior de la comunidad de Los Reyes. Las tradiciones prescriben que se deben tomar decisiones colectivas y un liderazgo que no busque el beneficio personal sino el interés de la comunidad en su conjunto; sin embargo, los grupos, las facciones, los intereses encontrados son hechos que forman parte de la vida de la comunidad. La identidad del grupo, y del lugar, es un discurso que se construye con los elementos comunes, es una representación de lo *propio*, aunque la vida diaria se entreteje de desencuentros, ambigüedades y tensiones que se resuelven en el cabildo, una institución no reconocida por las autoridades pero que es la instancia donde se plantean y resuelven los conflictos internos. En esta asamblea, se presenta el informe sobre el uso de los recursos que se recabaron para la celebración de la fiesta anual, para nombrar a la nueva comisión de las festividades o se discuten los problemas que enfrentan con las autoridades civiles y eclesiásticas.

En una de las asambleas de Cabildo del pueblo se discutió el destino de las *limosnas* que se recabaron en la misa de la celebración del Señor de las Misericordias. El párroco sostenía que le correspondían, sin embargo, la comunidad quería invertir el dinero para reparar una de las torres de la iglesia. Con altavoces invitaban al sacerdote a discutir el problema en la asamblea. En otra ocasión la comunidad se reunió para negociar con las autoridades de la delegación la normatividad sobre el uso del nuevo cementerio del pueblo. Según la tradición solo pueden ser enterrados los miembros de la comunidad, es decir, los descendientes de la población original. Los *avecina*dos (gente que no pertenece a la población original pero que viven en el pueblo, algunos desde hace más de veinte años) no se les reconoce ese derecho: "que los entierren en el cementerio civil... la tierra de aquí nos pertenece solo a nosotros". Ser miembro de la comunidad supone, además, participar en las fiestas, ser mayordomos y colaborar en su organización, realizar trabajo en beneficio de la comunidad como limpiar el terreno del cementerio, levantar la barda, cubrir las cuotas del predial y agua, etcétera. En el cabildo de Los Reyes se decide el perfil de los candidatos para ocupar el puesto. Les interesa que se nombre un *originario* y no un *avecina*do porque de esta manera pueden defender sus intere-

ses. Buscan nombrar a una persona *con estudios* pero que *respete las tradiciones* y que sea capaz de negociar con las autoridades a favor de la comunidad.

La paradoja de la identidad se engendra con la exclusión de los *otros* como condición que asegura el cuidado de lo *propio*; muchos de estos proyectos se contraponen a las necesidades de la ciudad en su conjunto. Esto sucede en ciudades como las de México cuando los planes de desarrollo y crecimiento urbano se orientan más por los intereses del capital que de sus habitantes. Por lo mismo, estas luchas locales, calificadas de preservacionistas o *conservadoras* lo que ponen en la mesa de discusión es el derecho a intervenir y decidir sobre la transformación en el uso del suelo y el entorno urbano, defender estilos de vida y tradiciones locales, e intervenir en las políticas urbanas que les compete.

## Reflexiones finales

La organización y reorganización de la ciudad de México, su configuración actual, responde a intereses económicos y políticos que, en diferentes momentos históricos, han definido el uso y el valor del suelo. Las necesidades de la gran ciudad de territorio y recursos parece que no tiene límites. Sin embargo, el costo que actualmente pagamos por esta voracidad es muy alto. Los efectos sobre el medio ambiente son irreversibles, los problemas de escasez de agua, la contaminación del aire, la falta de espacios verdes, nos resultan tan familiares, tan cotidianos, que cuesta trabajo recordar que no hace muy poco tiempo el valle de México era diferente. A la mayoría de la población joven le resulta difícil imaginar que para llegar a Coyoacán, no hace más de cuarenta años, se tomaba un tren que durante una hora recorría grandes extensiones de terreno de cultivo. Las vacas o los caballos eran parte del paisaje del valle como también las antiguas poblaciones que si bien se relacionaban con la ciudad central, mantenían una forma de vida con ritmos y estilos de vida diferentes. Aunque los abuelos mueran, las plazas, las calles y las casas son testigos del pasado. Conservar y recordar, para muchos de los habitantes de Coyoacán, es una política cultural que busca no tanto añorar el pasado sino defender una manera de vivir en la ciudad. El pueblo de los Reyes también ha cambiado. Las

tierras se urbanizaron y en la comunidad ya no vive solo la población originaria; se convive con gente que no comparte las mismas tradiciones y que compite por el acceso a los recursos de la comunidad: tierra, servicios, permisos, uso de las calles, etcétera. Estos cambios son generadores de tensiones y conflictos que reactivan la reflexión sobre la identidad y la importancia de las tradiciones para resolver los problemas de este mundo. La identidad del lugar, en ese sentido, es un recurso útil en la lucha popular por mejorar las condiciones de existencia.

En el acto de recordar se muestra la selección interesada de lo que se define como digno de permanecer. En este sentido, la identidad que define el *ambiente coyoacanense* o la *defensa de las tradiciones de la comunidad* connota diferencias y jerarquías de personas y lugares. Los entornos urbanos son elementos visibles de la cultura. Las calles, los parques, el tipo de casas están cargadas de sentidos, de emociones y símbolos y no solo de razones prácticas. La gente recibe información del espacio para regular su conducta, pero además, lo usa y reconforma de manera activa. Por lo mismo, las características de los entornos urbanos incide en el tipo de vida posible en la ciudad. En todo caso, lo importante, el reto para la investigación en la actualidad, cuando predominan las hibridaciones y no las diferencias culturales (García Canclini 1989), se ubica precisamente en la comprensión de la manera como en un proceso complejo, contradictorio y muchas veces conflictivo, se definen los espacios que las personas, los grupos, las clases y las etnias consideran como mejores. Los problemas de diseño y de planificación, la organización de la ciudad, se convierten en un asunto político. En la democratización de los espacios se requiere de la búsqueda de alternativas económicas, la voz en la toma de decisiones pero también la presencia de todos en la construcción del sentido de esos bienes y de esas decisiones políticas.

Una de las preguntas que surgen cuando se analizan estas representaciones de identidades locales es su carácter restringido y excluyente, en la medida en que el *nosotros* lleva necesariamente a la exclusión de 'los otros'. La lucha por *preservar* puede ser entendida, bajo estos términos, como una lucha sin futuro pues el valor de la tierra la determina el mercado urbano, y las presiones sobre el territorio se explican por las necesidades de la gran ciudad. Sin embargo, como señala Renato Rosaldo (1994: 242), *la ciudadanía cultural*, entendida co-



mo 'el derecho a ser diferentes en términos de raza, etnicidad o lengua en relación con las normas de la comunidad nacional dominante', no se contraponen a los procesos democráticos más amplios. Los desencuentros entre necesidades locales y problemas metropolitanos se tensan porque a través de las representaciones de la identidad se ponen en juego intereses económicos y políticos, pero también, como diría Geertz (1987) confusiones y malos entendidos culturales. Esta paradoja de la identidad sucede en países como los nuestros en donde históricamente la diferencia se arraiga en las desigualdades sociales.

La importancia que han cobrado las organizaciones vecinales se explica por la revitalización de la sociedad civil que busca un espacio social de expresión al margen de la dinámica económica o de organización del Estado. Por lo mismo, se podría decir que son inciertos sus alcances políticos si tratamos de analizarlas como movimientos que buscan cambios, buscan mejorar la vida en sus localidades, se movilizan por demandas muy concretas y coyunturales, sus formas de organización son inestables como también lo son sus programas y formas de acción. Muchas veces no representan alternativas distintas de participación ciudadana cuando en su interior se reproducen antiguos vicios como son el clientelismo, el trabajo partidario y la reproducción de grupos de poder, entre otros. Sin embargo, también pueden convertirse en portavoces de demandas democráticas como es la descentralización y la lucha contra el autoritarismo, en la medida en que ganen espacios de participación en la administración, gestión y toma de decisiones locales. Es decir, pueden ser portadores de nuevas formas de actitud ciudadana si logran constituirse en grupos que establecen relaciones distintas con las autoridades locales para resolver asuntos de interés común que tienen que ver con el proyecto de ciudad y su funcionamiento. Estos grupos, además, pueden ser constructores de comunidades, promotores de nuevas formas de relaciones sociales y de proyectos distintos de ciudad y vida urbana.

## Referencias Bibliográficas

- Altman, Irwin y Ervin Zube (eds.)  
1989 *Public Places and Spaces. Human Behavior and Environment*, New York: Plenum Press.
- Anaya Lazurtegui, Elizabeth  
1995 La ciudadización de los partidos políticos en el Distrito Federal. conferencia presentada en el *XX Congreso Latinoamericano de Sociología, América Latina y el Caribe: perspectivas de su reconstrucción*, realizado en la ciudad de México del 2 al 6 de octubre.
- Anderson, Nels  
1975 *Sociología de las comunidades urbanas*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Augé, Marc  
1995 *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Calderón de la Barca, Madanie  
1977 [1897] *La vida en México durante una residencia de dos años en el país*. II Tomo, México: Editorial Porrúa.
- Cohen, Jean y Andrew Arato  
1994 *Civil Society and Political Theory*, Cambridge Massachusetts: The MIT Press.
- Cohen, Joshua and Joel Rogers  
1995 Secondary Association and Democratic Governance, *Associations and Democracy. The Real Utopias Project*, Vol. 1. Verso, New York: 7-100.
- Darcy de Oliveira, Miguel y Rajesh Tandon  
1994 Una sociedad mundial emergente en *Ciudadanos en construcción de la sociedad civil mundial*, Washington, D.C., USA, CIVICUS, pp. 21-49.
- De León, Judith  
1988 Martes de carnaval en *Relatos de Coyoacán*. México: Museo Nacional de Culturas Populares, pp. 11-42.
- Evers, Tilman  
1985 Identidad: la faz oculta de los NMS en *Revista Punto de Vista*, Año VII, No. 25, pp. 31-41.

García Canclini, Néstor

1989 *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México: Grijalbo.

García Martínez, Bernardo

1969 *El Marquesado del Valle: tres siglos de régimen señorial en Nueva España*, México: El Colegio de México.

Geertz, Clifford

1987 *La interpretación de las culturas*, México: Gedisa.

Giménez, Gilberto

1996 *Territorio y cultura*, Colima: Universidad de Colima.

Giménez, Gilberto

s/f *Territorio, cultura e identidades: la región socio-cultural*.

Gravano, Ariel

1988 La identidad barrial como producción ideológica en *Folklore Americano* No. 46, julio-diciembre, México: Instituto Panamericano de Geografía e Historia, pp. 133-168.

Kelleb, Susan

1975 *El vecindario urbano. Una perspectiva sociológica*, Madrid: Siglo XXI.

López Moreno, Eduardo y Xóchifi Ibarra Ibarra

1996 Diferentes formas de habitar el espacio urbano en *Revista Ciudades*, Año 8, No. 31, julio-septiembre, México: Red Nacional de Investigación Urbana, pp. 29-35.

Pakulsi, Jan

1997 Cultural Citizenship en *Citizenship Studies*, Vol. 1, Number 1, February, USA, CARFAX, pp. 73-86.

Rosaldo, Renato

1994 Social Justice and the Crisis of National Communities en Francis Baker, et. al. (ed.), *Colonial Discourse Post Colonial Theory*, Manchester and New York: Manchester University Press, pp. 239-252.

Safa Barraza, Patricia

1997 Noticias locales, problemas metropolitanos: democracia y organizaciones vecinales en la ciudad de México en Jorge Alonso y Juan Manuel Ramírez Sáiz (coords.), *La democracia de los de abajo en México*, México: La Jornada Ediciones, pp. 239-264.

Sánchez Mejorada, Cristina

- 1993 Las ZEDEC y la participación de la sociedad civil en *Revista Ciudades*, No. 20, octubre-diciembre, México: RNIU, pp. 27-33.

Tridafilopoulos, Triadafilos

- 1997 Cultural vs Citizenship? A Review and Critique of Will Kymlick's Multicultural Citizenship, en *Citizenship Studies*, Vol. 1, Number 2, July, USA: CARFAX, pp. 267-277.

Ward, Peter

- 1976 *México: una megaciudad. Producción y reproducción de un medio ambiente urbano*, México: Los Noventa, CNCA/Alianza Editorial.

Ziccardi, Alicia

- 1994 Gobiernos locales entre la globalización y la ciudadanía, en Lucía Alvarez (coord), *Participación ciudadana y cambio institucional en el D.F.*, México: C1111-UNAM.

## **Parte III**

### **Los imaginarios y la urbe**

# Ciudad, imaginarios y televisión

*Armando Silva\**

Hoy en día es urgente afirmar la autonomía de lo público frente a la dimensión absorbente de intereses privados o grupales. En la tarea de abrir y adelantar este debate sobre lo público, los investigadores, científicos y artistas juegan un papel determinante frente al proyecto democrático de las culturas urbanas contemporáneas. Las ciudades, espacio de nuevas luchas por hegemonías financieras, comerciales y tecnológicas, deben volver a pensarse como espacios donde se *teje* lo social, no por fuera de las nuevas maneras de operar de una sociedad imbuida por la tecnología electrónica, sino acompañándola y participando de este acontecimiento contemporáneo que a todos, de una u otra manera, nos afecta.

Examinemos un simple ejemplo de la vida urbana atravesada por los medios. Nos cuenta el periodista español Manuel Vicent (según recuerda Miguel Company) que alguien descubrió que un mendigo recibía más dinero de limosna algunos días y a ciertas horas. Al investigar la razón, encontraron que se trataba del momento en el cual un almacén instalaba en una vitrina callejera la pantalla de televisor que recogía en paneo de la cuadra, al pobre hombre tirado en la calle. Aquellos ciudadanos convertidos en público, veían al pordiosero en la pantalla y cuando seguían caminando se lo topaban de carne y hueso y conmovidos le tiraban cualquier moneda. Cuando el televisor se apagaba la realidad se desvanecía. ¿Quién o qué produjo la acción misericordio-

---

\* Instituto de Estudios en Comunicación -ECO- Universidad Nacional de Colombia.

sa? Sin duda que el hombrecillo convertido en actor ocasional ha dado en alguna clave. La televisión lo había vuelto a inventar y con ello las pasiones caritativas de algunas buenas almas habían revivido. Las enseñanzas en un país católico de Cristo, quizá, pero pasado por la televisión.

El espacio hoy parece haber avanzado a una nueva concepción en la cual los medios se tornan grandes protagonistas en las sociedades de la comunicación y la incomunicación. Lo público, que desde los griegos pasaba por el diálogo y que se concretaba en la polis, lugar donde se discutía -sofística- y se ejercía aquello que se opone a lo privado, entra en otra dimensión. De esta manera el lugar donde vivimos, donde aprendemos y desde donde vemos el mundo sufre importantes transformaciones. La más importante, para el entorno urbano, es quizá que la vida y sus territorios ya no se asocian a un espacio físico concreto. ¿Dónde estaba el hombrecillo que arranca unas cuantas monedas a los transeúntes? Más que en una calle estaba en el televisor. ¿Y dónde queda el televisor? No creo que en ese almacén que mostraba la pantalla. La televisión está en todas partes y en ninguna. Quizá sea la más global de las experiencias, si entendemos por global la falta de un sitio reconocible. Esto no quiere decir que no haya programaciones locales, nacionales o planetarias, sino que el televisor como tal atraviesa todas las instancias espaciales en las cuales se manifiesta el hombre contemporáneo. La tesis de Habermas sobre la autoproducción del espacio público en las sociedades contemporáneas, pone de relieve este hecho de las sociedades mediadas, e incluso permite pensar en varios de los movimientos de arte urbano actual que actúan en su proyecto estético desde las llamadas intervenciones. La capacidad de hacer público el pensamiento fue el primer requisito del cual habló Kant en la Paz Perpetua para llegar a las sociedades democráticas. La definición moderna de lo público se estableció, por primera vez, en Francia de principios del siglo XIX, paralelamente a las ideas de nación y Estado como parte de las grandes transformaciones de la Revolución Francesa. Así, lo público tanto en Grecia como en Francia conlleva una noción de dominio políticamente activo. ¿Lo hemos perdido? ¿Cómo relacionar lo público con el consumo y cómo hacer del consumo un hecho constitutivo de lo urbano hoy, sin desdecir de la función pública de la

sociedad de resistir a todo intento de mecanización y objetualización? ¿Cómo deshacerse del comercio y del consumo de bienes si son los que le dan trabajo y bienestar a la sociedad? En fin, preguntas intrigan-tes. Sabemos hoy más que nunca que los ciudadanos se constituyen porque consumen pero, ¿Son consumidos en su consumo y quedan convertidos en simples públicos? ¿Lo público y los públicos como se interrelacionan? Más bien, muchas interrogantes.

Hay elementos inquietantes. En mi reciente estadía en los Estados Unidos aprendí de mi observación: el país más poderoso del planeta hace de todo tiempo libre, el de los domingos o el día de la independencia, por ejemplo, la gran fiesta de la compra, pues en esos días el comercio lanza un señuelo eficaz: toda mercancía a mitad de precio y a veces hasta con un 80-90% de descuento. Entonces todos compramos. El día de fiesta es un día maravilloso para comprar, sobre todo cosas innecesarias pues quien puede desaprovechar semejantes oportuni-dades: una licuadora de US\$50 en solo US\$5. Advertí entonces un factor que quiero relacionar con mis argumentos sobre imaginarios: se compra pero no se consume, algo más aterrador aún. Las estadísticas que me propuse conseguir pronto aparecieron. Como se conoce, la industria del cuerpo y su belleza le sigue los pasos a la electrónica. De 100 aparatos para adelgazar que se venden los días festivos, solo 13 se usan y los demás son consumo imaginario para estar bellos y seductores, en especial en lugar de playas como California o Florida. Estamos pues frente a la venta de pura fantasía.

Por tanto, creo que estudios sobre consumo cultural, iniciados hace pocos años con trabajo pioneros en América Latina, como el de García Canclini, habría que ajustarlos con otros presupuestos, en mi opinión, más subjetivos y de corte psicoanalítico y antropológico. Cada día vivimos más la ciudad imaginada. La realidad es desbordada por las virtualidades electrónicas con la computadora a la cabeza, pero también por los nuevos diseños de la vida diaria elaborados por industrias como la de ejercicios o de comida rápida, que reemplaza la comida de nutrición por una de presentación técnica y científica *aterradora*. ¡Qué experiencia chocante aquella de ir a un restaurante donde en la entrada se nos advierte las consecuencias de comer indebidamente la grasa, el azúcar, o aún las proteínas y los carbohidratos, de la misma



manera que se vende cigarrillos y se nos advierte que podemos morir de cáncer! Se consume un cuerpo fantástico unido al deseo de ser jóvenes, bellos y seguros.

Las nuevas ciudades son, de la misma manera, cada vez más fantásticas pues se *hacen* bajo el índice de la perfección. El aterrador filme *The Colony* muestra magistralmente como en estas nuevas ciudades prima un sentido de seguridad colectiva por el que los asociados a esta vivienda-club sacrifican espontaneidad y eros por el bienestar de la seguridad. Estamos frente a la anunciada des-erotización de la vida, advertida por Marcuse.

La sociedad tiene ya la riqueza suficiente para producir bienestar y tiempo libre, pero la obsesión por la productividad y rendimiento se enfrenta con los avances técnicos y materiales que podrían disponer más tiempo para el goce. Vuelvo a la película antes mencionada. Todas las casas están interconectadas y hasta los lugares más íntimos son accesibles por un sistema perfecto de seguridad. Los perros y animales domésticos son adaptados a este mundo de silencio y resignación y para que no hagan ruidos innecesarios se les corta las cuerdas vocales, así sus sonidos apenas serán escuchados por el espacio de la casa respectiva y no fastidiarán a sus vecinos. La ciudad se hace ciudadela y se vuelve una prisión de neurótico bienestar donde la norma es hacer lo que se quiera pero sin fastidiar al vecino: solo que cualquier cosa lo puede fastidiar. La vida egoísta, pensada en el exclusivo y mítico bienestar personal, termina por ser la fórmula más fascista de la vida urbana contemporánea y, el modelo republicano del sur de California se extiende rápidamente por todo el universo urbano.

En un estudio sobre consumo cultural en Bogotá se preguntó a los ciudadanos qué quisieran hacer en su tiempo libre, la respuesta más insistente fue: 'tener plata para comprar'<sup>2</sup> (más del 40% de los encuestados). La *compra* aparece como el nuevo paradigma de excelencia moderna, no es el consumo del objeto, es su compra. Aquí hay un elemento sutil muy significativo que psicológicamente se explica mejor: consumir es agotar un producto en un organismo. Por esto, el término

2 Estudio sobre Consumo Cultural en Bogotá. Centro Nacional de Consultorio; Bogotá, Enero de 1998.

proviene del ambiente material y económico, incluso fue dimensionado por las teorías marxistas como una de las tres actividades en la economía: producción, distribución y consumo. En estricto sentido, se consume comida en un restaurante o un vestido que se usa, pero cuando el término pasa a lo mental queda un tanto cojo y se lo sigue usando a falta de una palabra más precisa, que seguro pronto aparecerá. Así, el consumo se da en dos niveles; aquel de una cosa que se agota, pero también de otra cosa, la espiritual que no se acaba y que más bien se refiere a su evocación. Sin embargo, en ambos casos destaco que el consumo se puede referir con más exactitud a la compra y no necesariamente al consumo. Esto supone una diferencia esencial. La compra es puro deseo, el consumo responde más a la necesidad, por tanto, la función psicológica es distinta. Mientras en el consumo se ingiere algo para calmar una necesidad, en la compra no ocurre necesariamente lo mismo y por esto afirmo: más que por el consumo vivimos hoy en su fantasía; es decir, en su demanda imaginaria. El moderno psicoanálisis distingue entre instinto y pulsión y sin corresponder estos términos a la necesidad y el deseo si tienen serio parentesco. Mientras en el consumo hay instinto que satisface necesidades, en la pulsión prima la función del deseo.

Si se analiza el consumo de vida urbana, se puede llegar a conclusiones, sin duda. Pero estas apetencias cambian en la misma medida que se transforman los imaginarios sociales, por lo cual deben interrelacionarse estos dos presupuestos. Hoy, por ejemplo, se nota una tendencia muy fuerte hacia el consumo de artículos que de una u otra manera consolidan aspectos de presentación personal. En el caso de Bogotá, nuevamente, según la encuesta del DANE, de reciente publicación, se encuentra que los productos de aseo personal, tales como jabones, perfumes de ropa, toallas higiénicas, detergentes para muebles y similares ocupan la quinta parte del principal producto que es el de alimentos<sup>3</sup>. Esta misma encuesta evidencia que el 82% de los gastos de hogar se realizan hoy en almacenes cubiertos de venta general. Es decir, el colombiano compra en tiendas modernas como centros comerciales, cambiando así los hábitos de consumo. Esta tendencia hacia lo cómo-

---

3 DANE. Encuesta trimestral sobre compras en almacenes e hipermercados, Mayo de 1998.

do, moderno, higiénico, puede ser una tendencia mundial. No obstante, esta práctica en el contexto de circunstancias específicas colombianas podría darnos ciertos sentidos particulares. En otra encuesta, la de ANIF<sup>4</sup> sobre tiempo libre, realizada en 1985, confirma la relación entre espacio urbano y calidad del ocio, pues el 50% de las clases medias y altas, y el 61% de los sectores populares prefería tener algún parque pequeño cerca de su casa, lo cual, hace más de 10 años, quería decir que el *espacio real de experiencia* directa constituía el principal imaginario de vida ciudadana, en una ciudad que ya se perfilaba fragmentada; por esto la idea de algún parque reordenando la casa.

En 1997 en la encuesta de Consumo Cultural realizada por el Observatorio de Cultura Urbana, el tiempo libre es empleado en ver televisión. Durante el fin de semana, el porcentaje de tiempo dedicado a la televisión llega a 71%; las noches de los días de entre semana: 82%, los sábados en la noche: 75%, y los domingos en la noche, 79%. Los géneros preferidos son: telenoticieros, películas y telenovelas. Al preguntar sobre los aspectos positivos se responde: *entretención barata* (66%); *contribuye a estar bien informado* (58%), *impone nuevas modas* (70%). Estas fueron las tres respuestas de amplio reconocimiento. Las suscripciones a televisión por cable e Internet son bajas todavía pero en aumento, lo cual es interesante conocer para comprender la tendencia ciudadana a resguardarse en hábitos de gran conexión imaginaria.

Según datos de Information Technology Solution, la cantidad de usuarios de Internet a nivel mundial frente a Estados Unidos, es desproporcionada. Mientras este tiene 58.500.000 (21% de la población), el siguiente país, Canadá tiene 9.750.000 (32% de la población), pero luego de estos dos viene Francia con 4.095.000 (7% de la población). En América Latina, Brasil cuenta con 338.000 (0.21% de la población). Países más pequeños con Colombia, Venezuela y Perú cuentan con alrededor de 100.000 usuarios lo cual los coloca en situaciones más privilegiadas por su menor número de habitantes. En el caso colombiano se pasó de 10.000 en 1994 a 100.000 en 1997, figurando un aumento de 10 veces su tamaño en solo tres años; la mitad de este uso proviene del sector universitario. Aún así, al sumar los 30 países en-

4 ANIF. Uso del tiempo libre en Bogotá. Juan Rodríguez y Clara González. en El Tiempo, Mayo 5 de 1985.

cuestados por Price Waterhouse, su total no llega siquiera a la mitad del número de servicios de Internet de los Estados Unidos.

En Bogotá y posiblemente en otras ciudades similares, el consumo se traslada a aspectos de fuerte contenido imaginario. Las pautas de los Estados Unidos posiblemente se pueden constatar en nuestros países. Electrónica, productos de uso personal como aeróbicos y gimnasia, turismo y medios se constituyen en 4 grandes renglones de actividad económica de consumo cultural con sus respectivos híbridos. Por ejemplo la llamada realidad virtual, entendida en este caso como experiencias provenientes de grupos de tecnología que unen la computadora y sus usos con formas interactivas del cuerpo humano y sus sentidos, como los 'eyephone' y otros 'mediaescape', están en extraordinario avance. Algunas experiencias iniciadas por museos como la muestra de 'mediaescape' de Los Angeles hace apenas tres años, se han incrementado hoy a un amplio número de usuarios que quieren tener distintas experiencias, como por ejemplo aquellas del turismo<sup>5</sup>, del sexo, del arte y visitas a museos. Ahora es posible 'viajar' por 'todo el mundo' y sus grandes atracciones y experimentarlas no solo como visitante sino con la posibilidad de poder revolotear y volar sobre ellos y pensarlos mientras se los ve y visita, y así descubrir aspectos inaccesibles al simple turista real de carne y hueso. Un autor de un manual técnico lo dice así: "Su participación es estimulada con efectos visuales y auditivos de gran fidelidad y tiene Ud. la posibilidad de interactuar con objetos reales del ambiente visual, bajo sensaciones de presencia poderosa". En otro programa sobre turismo de la BBC (1996) se dice: "Ud. quiere ir a la cima del Everest, o la playa más excepcional, pero no todas las cosas que se quieren pueden hacerse. Entonces logre ellas vía 'cyber experience'".

Por el lado de la llamada vida real también sufrimos una desmaterialización merced a fuertes imaginarios modernos. Nuestras nuevas utopías de 'vida propia' conducen a la vida individual de estos tiempos. Si uno pregunta a los habitantes urbanos que quieren hoy, la gran mayoría responderá: dinero, amor, poder, trabajo o Dios. Y todas estas son expresiones de la vida propia como lo argumenta el sociólogo alemán

5 Al respecto, ver el artículo de D. MacCannell, *Virtual Reality's Place*, En *Performance Research* 2(2) pp. 10-21; Routledge, 1997.

Ulrich Beck. El dinero significa dinero propio; el espacio, espacio propio; incluso el amor significa que cada pareja tenga su vida propia. Cada uno con su propia biografía y su propio destino. Se puede afirmar que nada social, los hombres mismos son su propia *razón* en su individualidad. Esta sociedad 'metamoderna' para significar una modernidad que se reflexiona, no vincula a los seres humanos como personas integrales a sus sistemas funcionales, sino que por el contrario, está supeitada justamente a que los individuos no sean integrados sino que solo participen de manera parcial y temporal de ellos como caminantes permanentes entre mundos funcionales.

Pero esta vida propia a menudo se somete al control institucional: horarios de empresas, transporte, etcétera. Sin embargo, muchas cosas se intentan conseguir a pesar de las imposiciones, lo que hace de la vida moderna una vida legitimada por el riesgo. Una sociedad del vértigo y del riesgo, a pesar de las fachadas de seguridad que vende la publicidad actual -imaginario que seguramente más vende, porque en nuestro inconsciente percibimos muchos riesgos e inestabilidad. Los sistemas de seguridad de partes nuevas de las ciudades latinoamericanas son la evocación que más vende terreno. No deja de impresionar Guayaquil, por ejemplo, dolorosamente autositiada. Se trata no sólo de laberintos propiciados por los urbanizadores, sino de fortalezas modernas hechas bajo la ilusión, las pequeñas utopías encantadoras, de no ser perturbados; donde se han potenciado al extremo los llamados 'conjuntos cerrados' en el sector de la Puntilla. Se trata de fortificaciones construidas que han aprovechado el río Babahoyo para sacarle brazos artificiales e instaurar de este modo un esquema de vivienda cerrada, sobre lógicas rizomáticas, con barreras, desvíos falsos y muros de contención para que los ladrones-piratas no lleguen a hurtar sus pertenencias. Pero sí aparecen. Precisamente en improvisadas canoas que cruzan las aguas pandas de los brazos falsos y se regresan con televisores y varios electrodomésticos que sustraen de las casas-fortalezas. El aire acondicionado en casi todos los autos de Guayaquil y otras ciudades del continente producen el paradójico contrasentido de andar con aire falso en plena ciudad marítima.

La vida propia es también la vida global y por esto no se pueden fracturar estos dos términos y circunstancias y presentarlas como con-

trarias. A los seres humanos actuales se impone una vida con los más diversos riesgos globales y personales que se contradicen unos a otros. Individuación significa destradicionalización y su contrario, invención de tradiciones: el pastel de manzana de la abuela.

De esta manera, el cuerpo sufre sus propias heridas. En las nuevas ciudades de Estados Unidos los andenes son para hacer ejercicios y la industria del buen cuerpo genera la mayor inversión de nuevas necesidades. Los aparatos de gimnasio ya han sido revelados como las nuevas máquinas de torturas con increíbles parecidos visuales con las viejas salas de torturas de inquisición medieval. En países de fuerte esteticismo femenino como Colombia y Venezuela, parece convertirse en un martirio el no ser bellas. Leí hace poco un informe en el cual se habla del pecado de ser fea en Venezuela: "No hay alternativa. Hay que ser bellas a toda costa y a cualquier costo" (Cristancho 1998). En este país que tiene el récord Guinness de cinco Miss Universo y cinco Miss Mundo, mientras una reina mide 1.80, pesa 60 kilos y con medidas de 90/60/90, la venezolana promedio, según la Oficina Central de Estadística, tiene estatura promedio de 1.60 metros y 65 kilos de peso. Una venezolana gasta US\$ 2.000 al año en belleza y aumenta las visitas a los psicólogos. En Colombia, según encuesta del DANE<sup>6</sup>, las toallas higiénicas, debido a una fuerte competencia publicitaria, han superado la inversión de otros renglones, como el de cremas de belleza o en dulces ocasionales. Así la conciencia del cuerpo y sus estilos se consolidó como uno de los más fuertes creadores de consumo cultural.

La relación entre ciudad, imaginarios y medios, en especial la televisión, o más bien tomando su pantalla como modelo, es elocuente. La vida se torna cada día más imagen, llena de objetos y de evocaciones. La realidad virtual y las redes globales van a la par marcando confines incalculables. Es como si nuestra mente cohabitara dos cuerpos, el pulsional y el evocado. Si bien la realidad virtual ya existe en la novela, el cine, el teatro o la fotografía, lo novedoso de la asociación entre computadora, pantalla y realidad virtual es su hiperrealidad: aquella que nace cuando la imaginación reclama la cosa verdadera y para obtenerla debe fabricar un falso absoluto, como lo explica Francesca Alfano. La realidad del falso absoluto deviene en hiperrealidad.

---

6 Encuesta de 200 usuarios de productos diarios.

¿Cuánta de esa hiperrealidad vivimos hoy en nuestras ciudades? ¿Hasta dónde podemos sostener una conversación cotidiana sin citar alguna experiencia que aprendimos de los medios? No obstante es también por ese camino de las tecnologías, los medios y la nueva vida urbana que pueden originarse nuevas utopías del hombre del siglo XXI. El dilema de la ciudad imaginada se instaura como uno de los más poderosos del milenio que está por comenzar.

## Referencias Bibliográficas

Cristancho, María

1998 En Venezuela, un pecado ser fea, en *El Tiempo*, 31 de mayo.

MacCannell, D.

1997 Virtual Reality's Place, En *Performance Research* 2(2) pp. 10-21; Routledge.

Rodríguez, Juan y Clara González

1985 Uso del tiempo libre en Bogotá, en *El Tiempo*, Mayo.

Fuentes

Centro Nacional de Consultoría

1998 Estudio sobre Consumo Cultural en Bogotá. Enero.

DANE

1998 Encuesta Nacional sobre compras en almacenes e hipermercados. Mayo.

## Comentario

*Máximo Ponce*

La ponencia de Armando Silva inicia con una invitación a afirmar la autonomía de lo público y a pensar las ciudades, espacios donde se teje lo social, en las condiciones actuales donde las vidas urbanas están atravesadas por los medios que "... se tornan grandes protagonistas en las sociedades de la comunicación y la incomunicación..."

La invitación es urgente porque dadas estas circunstancias lo público ha entrado en una nueva dimensión en la que puede haber perdido su noción clásica de dominio políticamente activo de los ciudadanos.

La presencia de los medios, especialmente la televisión -que está en todas partes y en ninguna, y en consecuencia, es la más global de las experiencias- ha transformado las ciudades en lugares donde transcurren las cosas. Ahora se vive cada vez más la ciudad imaginada.

Las poblaciones urbanas sometidas a fuertes constricciones de diverso orden real e imaginario, se dan a la tarea de imaginar y construir las nuevas ciudades bajo índices de perfección y sacrifican espontaneidad y eros por el bienestar de la seguridad.

Así, "... la ciudad se hace ciudadela y se vuelve una prisión de neurótico bienestar, donde la norma es hacer lo que se quiera pero nunca fastidiar al vecino... La vida egoísta pensada en el exclusivo y mítico bienestar personal termina por ser la fórmula más fascista de la vida urbana contemporánea".



En la ciudad y la sociedad así concebidas, se destaca un problema que el autor de la ponencia ha constatado en Estados Unidos y, al parecer, considera que existe también en ciudades latinoamericanas. El problema de la creciente transformación del consumo en compra, cuestión en la que ve un desplazamiento que en términos psicoanalíticos lleva del instinto, ligado a la necesidad y al consumo, a la pulsión, ligada a la compra y al deseo. En esta perspectiva ya no se trata de ciudadanos consumidores sino compradores y sus compras tratan de satisfacer deseos ligados a las pulsiones de sus imaginarios sociales, lo que implica que el consumo urbano se traslada a aspectos de fuerte contenido imaginario. Además, surgen nuevas utopías de 'vida propia' como manifestaciones de un individualismo extremo que tienden a aislar a los individuos que, en la realidad de sus relaciones sociales, se ven sometidos a controles institucionales y al riesgo de ser sancionados si no los acatan.

La visión que subyace a estas ideas sobre la ciudad contemporánea no necesariamente abarca al conjunto de la población urbana existente en sociedades como la ecuatoriana. Ciudades como Guayaquil, para señalar el caso mencionado en la ponencia, están lejos de ser mediáticas y aunque no se puede dejar de lado la influencia de la televisión entre su población, 'radio bamba' y otros medios alternativos o populares de comunicación están vigentes.

Por otro lado, en el aspecto socio-urbano, la tendencia a ciudades amuralladas de la vía a Samborondón corresponde a procesos de relocalización urbana de sectores de ingresos altos y medios, minoritarios con relación a la población total.

La mayoría de la población de Guayaquil sigue imaginando y construyendo Guayaquil a la manera tradicional, esto es, informalmente y en condiciones de precariedad de todo tipo. Además, para quien haya estado en un barrio popular de Guayaquil, le resultará evidente que allí molestar o no al vecino, en el sentido planteado por la ponencia, no es un problema que le quite el sueño a nadie.

Con respecto al consumo y compra, para grandes sectores poblacionales de Guayaquil, el problema se plantea en términos de incapacidad de satisfacción de necesidades básicas. Dicha población con relación al mercado de vivienda, por ejemplo, suele ser conside-

rada como demanda insolvente, eufemismo utilizado para decir que es una población que necesita vivienda pero no puede comprarla. Como puede verse es una situación muy diferente a la planteada en la ponencia.

El riesgo que enfrentan diariamente estas poblaciones está vinculado a su lucha por sobrevivir en una sociedad desigual y excluyente, contando con recursos escasos y muy pocas oportunidades. La producción y el comercio informales como formas de autoempleo les dan ocupación no-legal y precaria.

No se puede desconocer que, en ciertos contextos sociales y urbanos, la relación entre ciudad, imaginarios y medios, en especial la televisión, es elocuente; que la vida se torna cada día más imagen, llena de objetos y de evocaciones y que es como si la mente de los ciudadanos cohabitara dos cuerpos, el pulsional (generador del deseo y la compra) y el evocado (generador del instinto y el consumo como satisfacción de necesidades). Pero para tratar sobre ciudades y sociedades como Guayaquil hace falta caracterizar y dimensionar adecuadamente los ámbitos en los que estos procesos se realizan, reconociendo la heterogeneidad existente y sus segmentaciones.

Si se hacen estas precisiones se puede considerar necesaria una reflexión sobre porqué, en esos contextos, los ciudadanos tienen que recurrir a los mecanismos de la hiperrealidad, esto es, a fabricar un falso absoluto cuando la imaginación reclama un absoluto verdadero. Una posibilidad es relacionar la compra, el consumo y la función de los medios (especialmente la televisión), en la creación de la hiperrealidad en las sociedades mediáticas, con el mercado que provoca su existencia y les confiere sus características.

Pierre Bourdieu ha llamado la atención sobre el condicionamiento brutal que impone a la televisión, el índice de audiencia y su asociación con la autocensura, la información circular y la no-comunicación; ha señalado, también, el monopolio informativo sobre parte de la población y, los peligros políticos derivados de la capacidad del medio para generar efectos de realidad, de no reflejar la realidad sino, en cierto modo, crearla y poner a los televidentes, lentes que determinen la percepción de lo real.

Si el mercado controla la televisión, potenciándola y limitándola al mismo tiempo, y si ese control condiciona la percepción de lo real y la creación de imaginarios sociales para grandes sectores de la población, parece necesario preocuparse de quién o qué controla al mercado.

¿Será posible imaginar y crear una sociedad, una ciudad, unos medios y una ciudadanía, no determinadas por el mercado? ¿Será posible un tercer milenio real y no hiperreal? Es de esperar que sí sea posible. Pero, obviamente, no lo será sin lucha.

## Comentario

*Fredy RiveraVélez*

En las ideas propuestas por Armando Silva, cabe destacar la centralidad que adquiere el tema de la compra, entendida en términos de deseo; el consumo, visto como una necesidad y los vínculos que establece entre estos elementos y la construcción de los imaginarios sociales.

Efectivamente, si bien las tendencias actuales de investigación demuestran que la compra puede expresar un deseo, una fantasía, aquella va más allá de la mera pulsión por poseer algún objeto que le permita a la persona sentirse bella, esbelta y atractiva, especialmente en las sociedades con predominancia de matrices culturales que han hecho del cuerpo, un culto a la estética y a las formas así llamadas correctas o bien vistas.

Esa demanda imaginaria de la que habla Silva, desde mi punto de vista, está relacionada no solamente con la fantasía o con la pulsión, sino que fundamentalmente expresa un sentido de pertenencia que los individuos necesitan sentir, una especie de construcción identitaria que a través de los objetos poseídos, contribuye a imaginar una sociabilidad que vincula pares con pares, gordos con gordos, jóvenes con jóvenes, mujeres con sus iguales, deportistas que hacen los mismo en otros sitios, en definitiva, la necesidad de la tribalización y sus formas rituales a manera de contrarespuesta a las tendencias individualizantes de la sociedad.

Es decir que en el fondo del asunto, en esos intrincados imaginarios, existe el deseo de pertenencia a algún agregado social. Pero es un deseo, una demanda de pertenencia identitaria que en sí misma juega perversamente con un arma de doble filo. Por un lado, existe una búsqueda de adscripción, de tribu, de consumidores homogéneos y similares formados por el despliegue propagandístico de las grandes marcas, a través de todos los medios visuales posibles. De otro lado, paradójicamente, se evidencia la cuestión del individuo, figura también consumidora, pero solipsista, ya que en el acto de comprar se plasma el deseo material, único e indisoluble de su pretensión.

Ya hace 23 siglos, Aristóteles discutía sobre el papel e importancia de la imaginación en los hombres, elemento generado desde la psique o el alma. En estos últimos decenios, Castoriadis ha enfatizado sobre las dimensiones y componentes de lo que él llama imaginario social instituyente; no obstante, parece existir una verdadera multivocalidad sobre la significación del concepto de imaginario social. Se lo ha utilizado para el tratamiento y análisis político del problema de la constitución de los estados nacionales y de la nación, para superar los viejos debates antropológicos y disputas teóricas en torno al fenómeno de la representación, y para sustentar recientes estudios sobre consumos culturales en sociedades complejas y fragmentadas, muchas de las cuales son postindustriales. Pero lo importante del uso presente es que nos remite, en este caso, a una concepción nueva de lo histórico social donde el ser humano, la sociedad y la historia, son en esencia creaciones del imaginario y de la psique humana, asuntos que difícilmente pueden ser concebidas desde categorías racionalistas y racionalizantes como se ha pretendido explicar tradicionalmente desde varios enfoques de las ciencias sociales. Y en este ejercicio se encuentra precisamente la riqueza del texto presentado en este seminario.

Un aspecto que también llama la atención en el trabajo es el tratamiento que se hace respecto de los que construyen el imaginario ¿Quiénes son los sujetos concretos que están detrás de esas demandas imaginarias y fantasías? Personalmente trataba de suponer que eran personas de la Carrera 7ª hacia el norte de Bogotá, o en otra dimensión, extrapolaba mi intuición hacia los pobladores de Ciudad Bolívar en el sur de esa urbe. Creo que la contextualización de las imágenes por par-

te de los sujetos es una parte central que debe ser considerada para recrear esos mundos de vida de los constructores de imaginarios.

En este sentido, al parecer existiría una suerte de fluido continuo de personajes, una especie de invisibilización de sujetos, es decir, un ocultamiento de identidades de seres de carne y hueso que despliegan esfuerzos por representarse de alguna forma en el mundo de la compra y el consumo, ya que no debemos olvidar que todo acto lleva implícita una carga de significación, más aún cuando se trata de sobrevivir en ciudades repletas de vértigo y riesgo como pueden ser Bogotá, México D.F. o Sao Paulo. De esa manera, las nuevas utopías de la vida propia, esa dimensión 'segura' que la ciudadanía pretende generar a base de poder, dinero, amor y sexo, están marcadas definitivamente por una serie de contingencias y complejidades propias de la modernidad, 'sobre modernidad', o si se prefiere, 'meta modernidad'.

Precisamente, las contingencias, esos escenarios del puede o no puede ser, son los que marcan el ritmo de la vida urbana moderna, y es en ese terreno explícito de lo contingente donde se materializan los imaginarios urbanos con respecto a varios aspectos, como la seguridad por ejemplo. El viejo dicho británico 'Mi casa es mi castillo', representa perfectamente el deseo de los habitantes urbanos por acceder a un espacio real pero simbólico también de individualidad, de quietud y de tranquilidad que permite consumir en solitario, de vida propia en palabras de Ulrich Beck, ahí donde las tensiones y conflictos de lo público y lo privado parecen balancearse hacia este último.

Al hablar de la dimensión de lo simbólico, hubiera sido sugerente que en el trabajo se ponga mayor atención y énfasis a los lazos existentes entre imaginarios sociales y valoraciones simbólicas, pues las construcciones imaginarias presentan, por lo general, determinadas valoraciones simbólicas. En el caso que nos corresponde, la televisión, cumple una doble función: de productora y reproductora de formas simbólicas que son incorporadas por la gente que construye su respectivo imaginario. Al hacerlo, las personas ponen en acción todo un proceso de valoración, evaluación y conflicto respecto de las formas simbólicas que le son expuestas en pantalla.

Desde esa perspectiva, unas formas simbólicas, mediante el proceso de valoración mencionado, serán asociadas a lo que muchos de-

nominan 'bienes simbólicos', es decir, formas simbólicas mercantilizadas que cumplirán la función de satisfacer o calmar una necesidad de consumo. Otras formas, las más importantes para mi entender, estarán asociadas al poder y la generación de orden. En efecto, todos los aquí presentes sabemos que una buena parte de las programaciones de la televisión, por lo menos las locales y nacionales, cumplen la función de reproductoras del orden social. Ante esta dimensión simbólica, importante desde el punto de vista de la política, ¿cómo y en qué forma se gestarían la construcción de imaginarios sociales? No se trata simplemente de ubicar la generación de imaginarios urbanos en el campo del establishment o de la moda yupi, sino que fundamentalmente, la valoración simbólica de esos códigos apela a sistemas de ubicación social de las personas.

Un último aspecto al que me parece necesario hacer referencia es la concepción espacial que se tiene de las urbes como sitio de vínculos sociales. Tengo la sospecha de que existe una especie de sentimiento nostálgico de lo que fueron las ciudades, o mejor dicho, del imaginario que se tiene sobre ellas. Se habla mucho de la fragmentación, de la pérdida de sentido, del déficit de comunidad, pero se reflexiona poco si en verdad esas ciudades imaginadas, las del pasado no muy reciente, no tenían en sus tiempos características fragmentadas y excluyentes. Muchas de nuestras ciudades, por ejemplo, son lugares y no lugares (parafraseando a Auge) donde priman prácticas racistas, intolerantes y estigmatizantes. En esa dimensión ¿Dónde quedarían los imaginarios!

Con este último punto, simplemente quiero asociarme a la intencionalidad de Armando Silva en el sentido de que es necesario responder a una buena gama de preguntas, que los mismos imagineros posiblemente se plantearán.

# **Una comunicación con altura: una estrategia de comunicación para la ciudad de La Paz**

*Adalid Contreras*

Entender La Paz y proyectar una propuesta comunicacional tendiente a provocar y acompañar su desarrollo urbano, implica la tarea de mirar la ciudad desde su propia conformación y dinamismo. Si bien La Paz no se excluye de los procesos de estructuración y desestructuración que ocurren en otras ciudades latinoamericanas, tiene particularidades que la convierten en una ciudad cuyo distintivo no radica solo en su altura sobre el nivel del mar, sino también en las formas como ocurren sus procesos de mestizaje.

Los acercamientos a la comprensión de La Paz no son posibles desde un manejo ortodoxo de las perspectivas de análisis propias de las grandes urbes, cuya explosión demográfica ha desordenado violentamente sus bases o cimientos de origen e incluso sus formas reconocidas de evolución planificada. La Paz no es una ciudad típica de los tiempos actuales donde las reconfiguraciones económicas están desestructurando a ritmos acelerados e incontenibles, a territorios, espacios urbanos, modos de socialización y formas de construcción de sentidos.

Con el presente trabajo, pretendemos en primer lugar demostrar algunos de los rasgos salientes de una constitución urbana de carácter mestizo, para en base a este perfil urbano articulado a un análisis de las características de los medios de comunicación social, proponer las bases metodológicas y operativas de una estrategia comunicacional que, en correspondencia con la naturaleza múltiple de la ciudad, se descom-



ponga en sus diferentes constituciones para construir desde ella, 'una ciudad para todos los paceños'.

La presentación, tanto del diagnóstico como del análisis de medios y de la propuesta, asumen el sentido de proposiciones, reconociendo que están sujetas a profundización y complementación.

**La Paz es una ciudad mixtura, donde conviven yuxtapuestos, entrecruzados y abigarrados pisos urbanos, arraigos, tolerancias y descentramientos territoriales y culturales en constante mestizaje**

- i) El paceño no tiene asumida plenamente la característica urbana de su altura. Por ello mismo, no suele ser un recurso reconocido ni planificado en el diseño de políticas y planes. La consideración de su situación tiene vigencia en casos médicos de 'sorojchi' o mal de altura o al calor de la pasión por el fútbol y el consabido afán de veto especialmente en eliminatorias mundialistas.

Lo cierto es que La Paz distribuye su altura en diferentes pisos, cuya existencia, a diferencia del aprovechamiento múltiple que se hace en las sociedades rurales, en la ciudad sirve para diferenciar territorios: en el punto de mayor altura, sobre los 4.200 msnm, se encuentra la ciudad aymara de El Alto, desde donde se desciende por calles que parecen colgar de las laderas de los cerros hasta el centro urbano situado en los 3.600 msnm, y donde se concentran el damero colonial y La Paz tradicional. Desde allá, siguiendo el curso del río Choqueyapu, empieza un descenso hasta los 2.800 msnm, donde la ocupación reciente por los sectores sociales altos, condiciona los precios más elevados del suelo urbano.

En función de una estrategia de comunicación, la altura es una potencialidad de carácter cultural, ecológico, turístico, social, identitario y, por supuesto, de segmentación de los distintos territorios y las formas de ocupación urbana.

- ii) Según datos del censo de 1976, La Paz tenía una población de 600 mil habitantes. Proyecciones para el presente año<sup>1</sup> hablan de

1 UDAPE, Dossier de estadísticas sociales y económicas de Bolivia, La Paz, Bolivia, 1998.

un total de 700 mil en la-hoyada y 450 mil en El Alto, suma que coloca su población sobre el millón de habitantes<sup>2</sup>.

Dado el crecimiento mayoritario de El Alto, la ciudad aymara, cuya población se incrementó entre 1976 y 1992 en 350 mil habitantes, se tiene que reconocer que el crecimiento urbano real está fundamentalmente constituido por las agregaciones de una masa aymara ex-campesina, cuya asimilación a la ciudad ocurre no solamente a partir de los procesos de apropiación de los factores socializadores urbanos, sino también de la negociación construida a partir de sus tradicionales sentidos de organización social y cultural.

Una primera característica radica, entonces, en la consideración de la ciudad de La Paz, como una plaza semejante a un gran mercado, donde la mayor parte de los espacios de negociación tienen estilo, forma y lenguaje aymara-migrante, pero paradójicamente con factura y reglas del juego marcadas por los grupos urbanos de poder y sus aliados naturales, los espacios de programación 'globalizada' de los medios de comunicación.

- iii) Su estructura urbana es muy particular. Sus ciudades internas, pese a las nuevas tendencias urbanísticas, no son autónomas. Sus circuitos económicos son complementarios; culturalmente son cómplices y mutuamente tolerantes; mientras que socialmente se hacen excluyentes.

Desde su fundación, en el año 1549, La Paz nace dividida en barrios de indios y barrios de españoles, con ocurrencia de interacciones solamente a partir del pago de tributos y productos.

Barrios y territorios de blancos o q'aras y aymaras son en La Paz una evidencia matizada por procesos de mestizaje con predominio de los rasgos de cada grupo de origen: los aymaras en El Alto y en las laderas que rodean la ciudad y los descendientes his-

2 A partir de 1990, razones de orden político, separan la ciudad de La Paz en dos jurisdicciones municipales o ciudades independientes: La ciudad de Nuestra Señora de La Paz, ubicada en las faldas y hoyada del valle aymara Chuquiago formado alrededor del río Choqueyapu; y la ciudad de El Alto, establecida en la planicie altiplánica que conecta la ciudad con el resto del país. Esta separación jurídica no ha roto los vínculos urbanos, razón por la que todo análisis sociológico no puede prescindir de la consideración de la ciudad real que abarca las dos urbes.

panos en la hoyada, con tendencia migratoria del centro tradicional hacia los valles del sur donde los nativos aymaras son desplazados a las zonas que le tienden un cerco moderno a la urbe<sup>3</sup>.

- iv) La ciudad aymara, Chuquiago Marka, está constituida por migrantes, de los cuales el 75% proviene de las provincias aymaras del mismo departamento (CIPCA 1982).

Rafael Archondo, estudioso de los procesos comunicacionales de los migrantes en la ciudad, afirma con acierto que los contingentes migratorios ingresan al mundo urbano por el tamiz del mestizaje, y que este filtro suaviza los contrastes y funciona como un colchón amortiguador de los golpes del desarraigo. Así mismo, sostiene que “la identidad aymara andina en la ciudad es una rama con raíz definida y con follaje mestizo, de una sociedad india-urbana, cuya sedimentación no tolera los artificios del arqueólogo” (Archondo 1991:93). Es decir, que entender Chuquiago Marka exige desprenderse de fundamentalismos y objetivar los mestizajes en el entorno urbano.

Como se sabe, el mestizaje no es una fusión de culturas, sino una 'etnogénesis' (Barragán 1990) o una nueva identidad pero hecha de identidades de origen que no desaparecen, sino que coexisten tejiendo una red de interferencias, de superposiciones, de imbricaciones, pero también creando nuevos valores, estereotipos y nexos, en este caso netamente urbanos.

En contextos como el pacheño, es válida la afirmación que las culturas, aún en los procesos de intercambio y sedimentación más acelerados como los actuales, mantienen reductos de irreductibilidad, resguardando sus epicentros culturales nucleares<sup>4</sup> expresados por ejemplo en la lengua, la cocina, los modos de amar, de expresar su fe, de morir y de relacionarse.

3 En los años de colonización española y levantamientos indígenas, el legendario Tupak Katari y su compañera Bartolina Sisa escriben, al mando de un movimiento de más de 10.000 guerreros aymaras, una de las páginas más brillantes de su historia, tendiendo un cerco sobre la ciudad española de La Paz, cuya defensa y recuperación no fue posible sino con refuerzos de los ejércitos vecinos. Desde entonces, la ciudad española se desenvuelve en una dialéctica de encierro, negociaciones, retrocesos y/o invasiones económicas y políticas al cerco.

4 Véase por ejemplo a Levi-Strauss y, en América Latina, los estudios de Rodrigo Montoya en el Cusco.

Lo irreductible en el mundo aymara urbano de Chuquiago Marka es el rasgo de la reciprocidad y de la redistribución, en apuestas múltiples con mínimos riesgos, con una concepción dual del todo, dejando que una de las partes o mitades<sup>5</sup> controlen, regulen e impulsen la otra, rigiéndose por un principio de oposición complementaria simultáneamente contradictoria.

Un rasgo importante de esta relación dual es que la asimetría, existente y aceptada, es compensada redistribuyendo partes de los bienes como dádivas o donación. El que ejercita el don tiene además el valor del prestigio (Temple 1996), en un contexto en el cual la autoridad no depende de la acumulación, sino más bien de la prodigalidad.

Tomando en cuenta que la mayoría de los migrantes forman parte de la economía informal y que carecen mayoritariamente de los servicios de equipamiento urbano, ubicados en una situación de precariedad material, se ven obligados a adoptar formas comunitarias de trabajo, además de la búsqueda de apoyo de alguien de arriba; estableciendo lazos distintos de dependencia vertical, como por ejemplo el 'compadrazgo'<sup>6</sup>.

Reciprocidad, complementariedad asimétrica, trabajo comunitario y dependencia vertical, van a ser entonces fundamentos importantes del modo de ser aymara urbano, cuya identidad explícita es definitivamente arrolladora en términos de expresión festiva, de vestimenta, arquitectura y ocupación de las ferias y mer-

- 
- 5 En las comunidades aymaras del altiplano boliviano la partición territorial y organizativa en el aransaya y el urinsaya, expresa esta dualidad.
- 6 Con este argumento de fondo, Rafael Archondo en su citado trabajo sobre los migrantes aymaras, tomando como caso de análisis el sistema de Radio y Televisión Popular (RTP), de propiedad del matrimonio Palenque Medina, demuestra la adhesión infranqueable de los aymaras de la ciudad a su programación, marcando ratings insuperables, por la empatía que se crea con la cultura 'chicha' o expresada en la 'cumbia andina'. Carlos Palenque fue candidato a la presidencia en dos elecciones, en ambas con índices casi monopólicos de votación aymara por su CONDEPA (Conciencia de Patria). Asimismo, su esposa, Mónica Medina de Palenque, fue elegida alcaldesa con el voto aymara. Ambos, el 'compadre Palenque' y la 'comadre Mónica', eran el espacio de arriba que, con su política dadivosa y paternalista complementaba la lógica redistributiva en una oposición difícil de ser explicada en los códigos de los mestizos de la vertiente hispana.

cados. En efecto, citando nuevamente a Archondo (op.cit.:78), a pesar de la existencia de una evidente estratificación social entre los aymaras urbanos, estos se unifican en un mismo rostro cultural forjado por vínculos de sangre, tradiciones y costumbres comunes.

- v) En el centro urbano, 'esquinear' en las calles y las plazas es todavía un espacio de encuentro y comunicación de distintos ritmos entre paceños y con La Paz.

En un estudio realizado sucesivamente los años 1994, 1996 y 1997 sobre espacios de comunicación urbanos (Contreras 1996), sobre una muestra de 80 empleados públicos de diversos ministerios y bancos se estableció que el 90% de ellos, cuando sale del trabajo, no se dirige directamente a sus hogares, sino que habitualmente se encuentra con amigos en lugares de reunión ya legitimados, como cafeterías, bares, puertas de centros comerciales o de cines, e incluso solamente las esquinas de las calles, en lugares intermedios para su transporte.

En el centro paceño, las calles tienen quien las viva, porque ellas mismas tienen vida. Siguiendo datos del citado estudio, en 1996 establecimos que una calle típica de Sopocachi, céntrico barrio residencial, ganado por oficinas y establecimientos comerciales en los últimos años, tiene en una cuadra los siguientes espacios de encuentro<sup>7</sup>: en una esquina, un puesto callejero de venta de periódicos, exactamente al lado, tres puestos de venta de pan; a los que les siguen dos kioscos de venta de dulces, 10 pasos más allá un puesto callejero de 'salteñas' (empanadas bolivianas); luego con 2 metros de separación dos fruterías colindando, un colegio y una tienda de abarrotes, frente a otro colegio; y en la esquina, al final de la calle, otra vez un puesto callejero de venta de periódicos, al lado de una parada de buses con destino al sur de la ciudad.

No es posible, en esta y otras calles de un radio de por lo menos 50 cuadras y varias avenidas del centro urbano, no encontrarse o

7 Hacemos referencia a la calle Aspiazu, en la cuadra comprendida entre las avenidas 6 de Agosto y 20 de Octubre. Una calle de alto tráfico de caminantes en un espacio no mayor a los 40 metros. Como ésta, y aún con mayores intensidades de transeúntes, existen calles, avenidas y plazas de sostenido caminar y encuentro urbano de 'todas las voces'.

saludarse con conocidos cuya hereditaria rutina, sigue teniendo en las calles y los puestos de venta, un lugar de encuentro y conversación de una agenda con los temas más variados, entre ellos, en una especie de deporte paceño, la política.

Los espacios de la calle son espacios de entrecruzamientos. En ellos se encuentran cotidianamente aymaras y q'aras, pese a que estos últimos, siguiendo el orden de la arquitectura republicana tienen en esta zona también sus lugares exclusivos.

Veamos algunos tradicionales lugares de entrecruzamientos que muestran actitudes de identidad con la tradición, de oportunidad, de casualidad o paso obligado, y de encuentro especializado.

En el 'Merlan' (Mercado Lanza), famoso por sus comidas típicas, variadas, exquisitas y económicas, es común encontrar en sus espacios a indígenas migrantes, universitarios, empleados públicos, e incluso políticos apegados al peso de la tradición.

Un espacio de fuerte interrelación social y cultural es la UMSA (Universidad Mayor de San Andrés), cuyo carácter estatal que admite el ingreso libre, acoge a 30 mil estudiantes de las más variadas extracciones sociales y étnicas.

A diferencia del 'Merlan' donde los diálogos suelen concentrarse en temas como las medidas gubernamentales y municipales o el costo de vida; y en contraposición a los diálogos más sostenidos que posibilita la UMSA como oportunidad de estudio, la Plaza Pérez Velasco, o la San Francisco, para los transeúntes, son más bien espacios de puesta al día en el fútbol o los espectáculos, aunque quienes tienen tiempo pueden disfrutar de infinidad de espectáculos callejeros, generalmente ligados al comercio, el culto religioso, o la política<sup>8</sup>.

8 En nuestro estudio sobre los espacios de comunicación, encontramos que cotidianamente y en una curiosa y poco comprensible vecindad, en la céntrica y tumultuosa plaza Pérez Velasco, lugar de embarque, por un lado de la calle, hacia las laderas y El Alto y, desde el frente de la misma calle para los barrios del sur, existen estas posibilidades de 'entretenimiento': los 'pajpaqus' o vendedores ambulantes de medicamentos caseros que, con el don de la palabra, suelen engatuzar increíbles recetas como la yerba que cura el SIDA. Codo a codo con ellos, los Testigos de Jehová con su espectacular ritual de bandas de música y soldados de Cristo. Y a su lado, un personaje paceño increíble, el comandante Mamani, un loco pacífico que parado sobre un

La calle Linares donde se venden las 'mesas' para las ofrendas y donde los 'yatiris', o brujos aymaras leen la suerte; la calle Sagárnaga de venta de artesanías y plagada de turistas, la calle Murillo donde distintos sectores sociales adquieren sus muebles o la calle Eloy Salmón, donde el contrabando permite la compra al contado de electrodomésticos a precios más bajos que en los propios países de origen, son ejemplos de otros espacios de entrecruzamiento donde las transacciones comerciales dan paso a encuentros o reforzamientos culturales.

Resumiendo este punto, digamos que el paceño y La Paz son respetuosos de sus tradiciones, las mismas que en recomposiciones permanentes, están arraigadas en el paisaje urbano de un centro en el que coinciden y se cruzan todas las voces.

- vi) La realidad de los barrios ricos del sur es más parecida a la de las ciudades donde existen pocas postas y mayor reclusión doméstica. La juventud de clase media y alta, aún sin tener residencia en ella, ha hecho de sus calles, plazas y locales su reducto de encuentro y reproducción.

Sin ser exclusivo de este sector, su exposición a los factores de globalización cultural, así como su realización social en estos espacios, la convierten en la zona élite a la que aspira como residencia todo ser en escala de ascenso. La búsqueda de status suele estar articulada, como arranque o inicio, a la profesionalización, la incursión en la política, o la visibilidad en los medios de comunicación.

En nuestro estudio del año 1996 (Contreras op.cit.) sobre los espacios de comunicación, seguimos los itinerarios de la juventud, llegando a una doble conclusión: primero una obsesiva búsqueda de visibilidad y reconocimiento por factores no propios, como por ejemplo el empleo, actividad y profesión de sus padres, un familiar lejano o cercano en actividad pública, el colegio o universi-

---

cajón de madera y con una oratoria envidiable, discursa con una profundidad filosófica que muchos políticos cuerdos quisieran. A él le escuché decir en una tarde de invierno: 'ni vuelta que dar, hay que dar la vuelta, antes dictadores ahora demócratas, antes izquierdistas y ahora derechistas, los q'aras bailan caporal, los indios bailan tecno... en esta ciudad todos están locos'.

dad donde estudian, su conocimiento de idiomas extranjeros; la propiedad de vehículos; la ropa de marca...

La otra conclusión está relacionada con los lugares de reunión más frecuentes. En la juventud el barrio de residencia no es una referencia de pertenencia urbana. Son más importantes la pertenencia a los lugares establecidos de encuentro y socialización, como por ejemplo la calle 21 del barrio de San Miguel, donde la actividad consiste en estacionar vehículos, tocar música en el volumen más alto posible y tomar cerveza. En el mismo barrio, los más jóvenes hacen demostraciones de sus primeros ensayos como conductores, al mando de vehículos que giran en un sector bautizado como 'tontódromo'. En estos espacios, así como en 'las Cholas', o el Shopping Norte y el V Centenario, la juventud reemplaza la ausencia de espacios urbanos especialmente dedicados a su encuentro, con la legitimación de una cultura 'light', tan ligera como los factores de su identidad<sup>9</sup>.

Las familias de la zona sur, que en casi un 100% tienen acceso a la televisión, y por lo menos la mitad es suscriptora de alguna empresa de televisión por cable (Fernández 1996), resuelve en estos medios su segmentada vida doméstica.

El dinamismo de la zona está siguiendo un proceso de dotación de servicios y recursos propios con tendencia al autoabastecimiento, por ejemplo, mediante la construcción de modernos centros comerciales, establecimientos educativos, clubes, etc. que, sin embargo no precinden de algunas vinculaciones con el centro urbano o la ciudad aymara. En todo caso, la población de estos barrios, es la que menos se detiene en los circuitos de diálogo en la calle, y la que más raudamente pasa por las postas de encuentro cotidiano.

Paradójicamente, de estas familias emergen la mayor parte de autoridades, técnicos, estrategas y políticos que deciden los diseños

9 Las solidaridades entre estos grupos son grandes internamente. Este es el segmento acaso más excluyente en sus relaciones de carácter social con otros grupos, aunque en su acervo cultural, tanto por actividades estudiantiles como en sus propias fiestas, donde siempre se incorpora un pedazo del folklore nacional. Por ejemplo, constituye un factor de status, el poder integrar un grupo de 'caporales' (danza afro-boliviana) en las entradas de carnaval.



de las ciudades y el desarrollo urbano. Son espacios de poder que no interpretan el sentido múltiple y mestizo de la ciudad, sino que la miran desde su propia perspectiva de la tradición colonial-republicana, desde su proyección empresarial sometida a la calidad total, y desde su comprensión de lo andino y aymara como folklore. Incluso su concepción de la política tiene el sello exclusivo de una visión del mundo occidental, liberal e ilustrado, monopolizando la producción discursiva formal la visión de la totalidad (Rivera 1991, citado por Archondo, op.cit.).

**La multiplicidad y heterogeneidad de los medios de comunicación expresa parcialmente la diversidad urbana. La radio, construyendo ciudades fragmentadas; la televisión, desarticulando los encuentros y cruzamientos culturales, y la prensa, segmentando la ciudad integradora en la imagen predominante de una ciudad convencional.**

- i) El mundo de las mediaciones masivas en La Paz y El Alto está sometido a un exigente mercado de competencia entre medios y entre programas. Solo a modo de iniciar el análisis señalamos que la ciudad acoge 12 canales de televisión, 8 periódicos de circulación diaria y 48 radioemisoras (Contreras op.cit. y Contreras 1994).

De este conjunto mediático, las preferencias tienen esta relación: La prensa goza de un 6% en La Paz, y 3% en El Alto; la radio el 34% en la zona tradicional, y 48% en la ciudad aymara; la televisión el 60% en la hoyada, y 49% en las laderas de Chuquiago Marka.

Con relación a los usos, existe una coincidencia entre la hoyada y El Alto en el uso informativo de la prensa, 80 a 82% respectivamente. De igual modo, se coincide en el consumo de la televisión: 65% de entretenimiento y 30% de información. El uso de la radio es diferenciado, así, en tanto en el centro y el sur la radio en 50% es factor de entretenimiento, este mismo porcentaje lo es en información para los migrantes aymaras, quienes además añaden a este medio el sentido de la intercomunicación en un 20%.

- ii) La situación de la prensa, pese a los procesos de modernización a los que está sometida, se caracteriza, en general, por su función tradicional y convencional, que define sus noticias a partir de los acontecimientos oficiales y centralizados alrededor de los poderes del Estado y del municipio.

La prensa paceña incluye porcentajes importantes de información local-citadina, pero con las siguientes distribuciones: 16% deportes, 10% política, 7% sociales, y 6% economía. La ciudad que se dibuja no es la ciudad de todos los paceños: la ladera prácticamente no existe, e incluso el sur es apenas considerado. La vida de La Paz se desenvuelve alrededor de la Plaza Murillo, sede del Palacio de Gobierno y del Palacio Legislativo y vecina de la H. Alcaldía Municipal. Entre los 8 diarios no ponen en circulación más de 80 mil ejemplares diarios, los tirajes son cortos, varían de 2 a 15 mil ejemplares/día.

Consumir periódicos no es una práctica muy desarrollada. En promedio, existe un ejemplar por cada 125 personas y con una frecuencia de lectura que tiene estas tendencias: alguna vez, 40%; nunca, 20%; una vez a la semana, 22%; hasta 3 veces por semana, 7%; y todos los días, 10%. El consumo es evidentemente selectivo, más usual en los estratos medios y altos, más común en los adultos, y más concentrado en profesionales y oficinistas.

La prensa paceña, invariable en sus contenidos convencionales, ha empezado reformas formales de agilización de sus estilos, mediante la incorporación de historietas, palabras narradas, testimonios, fotografías y diagramación llamativa. En este proceso de hibridación de formas, la prensa sigue manteniendo su fortaleza como fuente de información e inspiración para los otros medios.

- iii) La televisión se desenvuelve en un sistema anárquico, que explica la existencia récord de 160 canales en el territorio nacional. De los 12 ubicados en la ciudad, 5 son redes nacionales, 5 operan en UHF, y 2 (uno en red) son medios eminentemente aymaras de ciudad, por su programación y estilo.

Vista de modo general, la televisión en La Paz es una propuesta de no-ciudad. Su orientación globalizadora tiene instalada su cotidianidad programática en los sucesos mundiales. La mayor par-

te de la programación, 85%, está dedicada al entretenimiento; el origen del 75% de los programas tiene como base países y realidades extranjeras, y del 25% de la producción nacional, 80% se dirige al entretenimiento, espacio ocupado en un 20% por la saturación de cortes publicitarios.

El escaso 15% de producción informativa, educativa y cultural, no siempre hace referencia a la ciudad, La Paz, que se hace visible en la pantalla durante los espacios informativos que consideran noticia algún acontecimiento local. Siguiendo la lógica de la prensa, gran parte de sus notas salen de la plaza Murillo, aunque debe admitirse que, con precarios sistemas de producción, cada vez existen más esfuerzos para colocar la problemática de los barrios en segmentos cortos de las programaciones.

El caso de RTP (Radio y Televisión Popular) y Canal 24 Alteña de Televisión son especiales, puesto que su realización nace en las laderas y en los territorios de los aymaras de la ciudad, en una dinámica urbana mestiza cuyo destino es la adaptación de los migrantes a la ciudad. Es común afirmar que la televisión cautiva y que la imagen marca agenda y credibilidad. Así es, en este caso, realizando un juego virtual donde los programas activan los imaginarios en procesos de desterritorialización y desmaterialización que hacen al paceño un 'ciudadano de mundo'.

La exposición a la televisión es alta. El 45% de los paceños mira televisión más de 3 horas diarias, porcentaje que se duplica en los menores de 15 años. Entre los 20 programas preferidos, el primer informativo ocupa apenas el puesto 17. Los anteriores lugares de gusto los ocupan telenovelas, series, revistas, programas infantiles. La complicidad entre la oferta y la demanda parece tener sentido. Ver televisión es, todavía, un acto de desarraigo.

- iv) Cuarenta y ocho emisoras operan en La Paz, de las cuales 26 están en amplitud modulada y 22 en FM, todas ellas transgresoras del clásico estilo de música rock y notas livianas, a cambio de la incorporación de espacios informativos, música nacional, consejos, opinión, etc., junto a la consabida programación musical juvenil.

Una docena de las emisoras son, en propiedad, contenido y estilo emisoras de los aymaras de ciudad, y casi la totalidad de las ra-

dios abren sus espacios de madrugada, hasta las 7 de la mañana, a Chuquiago Marka.

Nuestros datos arrojan un promedio general de consumo diario de programas de radio, de al menos una hora, para el 80% de la población. Gran parte de esta audiencia (40%) está constituida por jóvenes.

De manera notoria entre los aymaras de la ciudad, pero también de forma importante en el centro urbano, la radio es todavía un medio cuyos programas, especialmente informativos, se socializan y comentan. En efecto, el 34% de los paceños hace de su hogar un espacio de comentario de lo que dice la radio; mientras que un 27% lo hace con conocidos. En el otro extremo, dato también significativo, el 39% de la audiencia no comenta lo que escucha.

### **Una ciudad mestiza como La Paz, requiere también de estrategias de comunicación mestizas pluri-multi, interculturales, descentralizadas, envolventes y en camino siempre ascendente, envolvente, incesante y generativo de cambios**

Compartimos con Luis Ramiro Beltrán su concepción de las políticas de comunicación, entendidas como un conjunto integrado, explícito y duradero de normas y principios que guían las acciones de comunicación (Beltrán 1976). Según el mismo autor, las estrategias tienen una longitud más amplia y precisa, y transitan de lo normativo hacia lo operativo, que se expresa en detalle en el plan de comunicación (Beltrán 1995).

Lo que proponemos son estrategias básicas para la ciudad, estableciendo un ejecutor definido en el papel central que cumple y debe seguir cumpliendo, el municipio en su función rectora del desarrollo urbano<sup>10</sup>.

10 En 1996 elaboré y asesoré en una estrategia de comunicación para el municipio paceño (Primero mi ciudad), que contemplaba un proceso inicial de satisfacción política dirigida a la reelección del alcalde, y otra posterior, de carácter estructural, para la articulación e interacción entre municipio y ciudadanía. La segunda no logró implementarse en su integralidad, aunque fue recuperada luego parcialmente por los gobiernos que sucedieron a una gestión que demostró, una vez más, que la comuni-

La estrategia tiene un sentido holístico porque surge de las laderas, del sur y del centro urbano hacia el poder; de las alcaldías zonales al municipio central; de las demandas barriales a las ordenanzas municipales; de la ciudadanía a los medios; de los espacios de comunicación y de la expresión de la palabra a la elaboración de las propuestas.

La estrategia tiene sentido comunicativo a partir de un municipio que escucha y que cambia su típico y tradicional sentido de 'ordenanza' que se acata, por el del 'compadre' que dialoga y que en reciprocidad devuelve a la población obras y oportunidades por los tributos que recibe y el voto que permite las gestiones del gobierno local.

Elaborar estrategias de comunicación supone un doble y dialéctico ejercicio: primero, partir de las determinaciones de la realidad, estableciendo limitaciones y posibilidades, así como de las organizaciones responsables de su ejecución. Pero a la par de este proceso, no antes ni después, sino al mismo tiempo, se tiene que soñar un futuro deseado, un futuro que es incierto y que para su resolución en la concepción del tiempo se articula pasado y presente en una sola unidad. En la racionalidad aymara andina se trata del Pachacuti, que recupera el pasado que convive con el presente en escenarios contiguos y cuyo avance depende de la capacidad de control de la naturaleza, de la organización comunitaria, de la seguridad humana y de las interacciones complementarias. La estrategia propuesta, se podría resumir en que se busca una identidad y desarrollo urbanos donde sus ciudadanos ejercen su derecho a ser paiseños.

En la estrategia tomamos en cuenta: a) principios y b) un sistema municipal de comunicación, que comprende lineamientos para la acción; actores y ámbitos. Los principios explicitan los marcos de comprensión de los roles y sentidos comunicacionales en la construcción del desarrollo urbano. El sistema municipal de comunicación articula la realización de líneas de intervención con los actores que recuperan el dinamismo de la ciudadanía en torno a los temas que convocan su intervención, y los ámbitos o espacios que concentran la acción en favor del desarrollo de la ciudad.

---

cación no es mágica, sino que va de la mano de los procesos sociales. La corrupción y trasfondo político pudieron más que la legitimidad del alcalde.

Es obvio que una estrategia debe, necesariamente, desenvolverse en el marco de realización de planes integrales más amplios, en los cuales la comunicación no se asume solo como instrumento medio, sino en toda su amplitud, como los procesos de construcción, de-construcción y re-construcción de sentidos de sociedad y de cultura. La comunicación en este sentido, será generativa de encuentros entre emisores-proponentes y perceptores-decisores en un proceso interactivo transformador con participación y movilización de la ciudadanía, aprehendiendo los medios, instrumentos, formas, gramáticas, usos, costumbres y espacios apropiados (resemantizados) de los distintos actores urbanos (la fiesta, el cabildo, el don, la reciprocidad) (Prieto 1994).

## Principios

Proponemos tres principios de realización complementaria:

- Comunicación para el desarrollo urbano
- Comunicación con participación ciudadana
- Comunicación con gestión municipal

*Comunicación para el desarrollo urbano.* La comunicación acompaña y promueve procesos productivos y de infraestructura, facilita el acceso de la población a oportunidades de expresión y de intervención en la construcción del desarrollo; provoca la apropiación de la ciudad; y fomenta la movilización ciudadana en torno a objetivos comunes. El desarrollo urbano equitativo es el eje articulador de la participación ciudadana en sus propios y diferenciados territorios, en los entrecruzamientos de camino, y en la definición de objetivos comunes.

El desarrollo urbano, objetivamente se va a ver expresado en el cumplimiento de estos procesos a los que se suma la dinámica de la comunicación: a) la gobernabilidad democrática; b) la competitividad económica familiar, institucional y de la ciudad; c) la integración social a partir del reconocimiento de las diversidades; y d) el equipamiento urbano asentado en las reivindicaciones territoriales.

*Comunicación con participación ciudadana.* Se reivindica la utopía siempre vital de la democratización de la comunicación con inclusión de todas las voces, garantizando el respeto de las diferencias, fomentando la gobernabilidad y provocando la participación ciudadana en el diseño y ejercicio de formas de poder. Este principio garantiza la

pluralidad de expresiones, así como el sentido que va desde la población hasta las políticas de desarrollo.

La comunicación se entiende como mediación, diálogo y relación, recreando y construyendo sentidos urbanos donde la propia población diseña mecanismos que garantizan seguridad, oportunidades, calidad de vida. En estas circunstancias, la estrategia de comunicación debe permitir subvertir la palabra, los sueños, las formas y los sonidos, armando una cruzada ciudadana de diálogos, propuestas y diseños... por el desarrollo urbano.

Se trata de comunicar a los de arriba con los de abajo, al centro con la periferia, a la democracia participativa con la representativa, en un esfuerzo porque la ciudadanía con sus propios medios y recursos comunicacionales se adueñe de la participación y desarrollo municipal y lo cuestione, reproduzca, construya.

Con la estrategia de comunicación debe expresarse una participación ciudadana donde cada individuo, cada grupo, cada barrio se convierta en un 'centro de irradiación', haciendo del desarrollo urbano no un producto que los de arriba ofertan a los de abajo, sino un patrimonio de toda la ciudad, donde las contribuciones múltiples se mezclan, desplazan y unen en un mismo destino: el desarrollo de la ciudad.

*Comunicación con gestión municipal.* El municipio es reconocido como el espacio promotor y articulador de procesos de comunicación, desde los segmentos organizativos, poblacionales. El liderazgo que efectivamente cumple la estructura del municipio en el desarrollo urbano, en una estrategia comunicacional, debe basarse obligatoriamente en una función representada de mediaciones o puentes que se tiende entre las políticas municipales y las necesidades, expectativas, demandas y propuestas de la población (Secretaría Nacional de Participación Popular 1997).

El municipio entra en el circuito de entrecruzamientos y apropiaciones, cediendo su práctica vocera en beneficio del diálogo, la participación, la interacción y la horizontalidad; cuya agenda se marca en el desarrollo urbano, tarea de todos; que se planifica participativamente, con una metodología para operativizar la atención de intereses entrecruzados, encontrados y contrapuestos, pero que logran consensos en la construcción del desarrollo urbano. El municipio tiene que hablar

el lenguaje de la ciudad políglota. La ciudad, el barrio, las tribus, los territorios tienen que hacerse socios del desarrollo urbano.

La lectura del municipio no puede dejar de lado el aspecto político, clientelar y parcelador, que ha convertido la descentralización de sus alcaldías y de sus poderes y segmentos técnicos, en verdaderos reductos de crecimiento y realización partidista. Los procesos de planificación urbana y la comunicación tienen entonces, en el propio municipio un sujeto y objeto de su estrategia en la búsqueda de consensos por la ciudad. Toda la estructura municipal debería construirse desde el dinamismo de las poblaciones, zonas y barrios.

Siendo el municipio el eje o tronco común de los objetivos y mensajes del desarrollo urbano, tiene que generar, adelantándose a las demandas, iniciativas, informaciones, agenda de acciones, la respuesta oportuna y constructiva a las interpelaciones, además de provocar alteridades, articulaciones, encuentros propositivos y constructivos.

Este principio tiene como fundamento el establecer diálogos entre la estructura municipal y la vida de la gente, tomando en cuenta el mundo de las relaciones humanas, sociales y culturales de los niveles de producción simbólica, de las subjetividades colectivas.

## **Sistema municipal de comunicación**

Los procesos de comunicación en el municipio deben moverse en torno a tres líneas de acción:

- Espacios de fortalecimiento interno
- Espacios de expresión de la ciudadanía
- Espacios de diálogo, intercambios, acuerdos y colaboración

El sistema municipal de comunicación, se va a caracterizar por su naturaleza descentralizada en la realización de planes de comunicación, producción y circulación de programas, incorporando todos los recursos posibles que tienen las organizaciones e instituciones panceñas.

El sistema contempla tanto sus relaciones de fortalecimiento institucional interno, así como sus relaciones con la sociedad. En este sentido juegan un papel importante los procesos de información, consulta, recuperación, diálogo e interacción.



En el nivel interno es imprescindible el logro de consensos básicos alrededor de estrategias comunes. Los actores de este proceso van a ser los alcaldes zonales, el poder ejecutivo (directores de áreas), los técnicos, administrativos y empleados. Los ámbitos de consensos, los planes municipales zonales, las acciones barriales, la imagen institucional y las leyes y reglamentaciones.

Son recursos comunicacionales imprescindibles, la realización de eventos (reuniones, seminarios, conferencias, talleres) en los que se pongan en común las estrategias institucionales.

La comunicación interna es un proceso dinámico que requiere de instrumentos de circulación regular, como por ejemplo un boletín con características de ida y vuelta, que abarque temas estratégicos, laborales e, incluso, relacionados con la cotidianidad de los trabajadores municipales. El periódico mural cumple también estos propósitos, posibilitando la apropiación del municipio como 'la casa de todos los paceños'.

En el nivel externo, con la ciudadanía, el sistema municipal de comunicación prioriza la relación horizontal, provocando la consulta, la decisión participativa y la movilización poblacional en torno a reivindicaciones específicas y las más estructurales. Una estructura como el municipio, no puede de ninguna manera dejar de informar, el desafío está en el cómo informar. Se trata de establecer complicidades tanto con actores organizados como las juntas vecinales, asociaciones de residentes, clubes, fraternidades, etc.

La ciudadanía tiene ya establecidos, en exceso, sus canales mediáticos y directos de comunicación. El desafío comunicacional consiste en incorporarse en ellos, introduciendo creativamente lemas y contenidos relacionados con el desarrollo de la ciudad, de manera tal que, en los géneros y formatos pertinentes, circulen agendas propositivas de desarrollo urbano.

Una de estas formas de relación es la caminata que posibilita el contacto directo de las autoridades y técnicos con las realidades zonales y sus pobladores. Cuando se trata de temas específicos, que merecen reflexión y debate, más allá de los clásicos cabildos colectivos, son importantes las visitas 'puerta a puerta' para dialogar con la población en sus propios espacios.

Una relación estrecha con los medios de comunicación, alentar la producción propia de temáticas urbanas, para lo que se ponen a disposición datos, contactos e información, es una tarea central por su importancia en la construcción de sentidos. El municipio debe adquirir la capacidad de promover la producción pertinente en contenido y forma, de temas que se encuentren en el objetivo del desarrollo urbano. Se trata de alentar el debate, la interpelación, la búsqueda de respuestas, antes que la publicidad o propagandización de resultados y planes.

Si en algún momento el municipio debiese entrar en la producción, esta debería contar, en su realización con la participación de centros de producción y medios ya establecidos y con capacidad instalada para propuestas de alto consumo urbano por los distintos segmentos poblacionales.

Dinamizar las redes existentes, y provocar su alteridad, encuentro y fortalecimiento es otra necesidad inmediata. Tanto las redes aymaras que se conectan con los mercados, calles, buses, centros de recreación identificados, así como los de los paceños del centro y del sur, necesitan en sus programaciones espacios más propositivos que contestatarios, nivel usual en las relaciones de la población con el municipio. Se trata de provocar espacios de encuentro, intercambio y trabajo compartido.

Resumiendo, el proceso de desarrollo de una estrategia de comunicación en gestión municipal, debería seguir estos pasos:

1. Planificación participativa con los distintos segmentos poblacionales y territoriales, activando la participación de las alcaldías zonales;
2. Logro de consensos al interior del municipio;
3. Apertura de puertas del municipio a la consulta y participación ciudadana;
4. Caminata y acompañamiento en sus propios espacios formales y festivos, de las acciones ciudadanas;
5. Pactos con los medios de comunicación para la producción y difusión propia de mensajes dirigidos al desarrollo urbano, interpellando y provocando la participación propositiva del municipio y la ciudadanía;

6. Dinamizar las redes existentes provocando su alteridad y encuentro en procesos de superación de visiones contestatarias a propositivas;
7. Eventualmente, producción de mensajes en co-responsabilidad con organizaciones establecidas, respetando los géneros y formatos de alto consumo y garantía de construcción de sentidos de sociedad y de cultura.

## Referencias Bibliográficas

Barragán, Rossana

1990 *Espacio urbano y dinámica étnica. La Paz en el siglo XIX*, La Paz: HISBOL.

Beltrán, Luis Ramiro

1976 Políticas nacionales de comunicación en América Latina: los primeros pasos, *Revista Nueva Sociedad* 25, Caracas, pág. 3-4.

1977 Buenos propósitos y realidad, *Revista Común* 5, La Paz, pág. 40-45.

CIPCA

1982 La cara aymara de La Paz III, Cabalgando entre dos mundos, La Paz.

Contreras, Adalid

1978 *Medios múltiples, pocas voces*, La Paz: Ed. UNITAS.

1996 *Espacios cotidianos de comunicación en las ciudades de La Paz y el Alto*, La Paz: CESFINYD SRL.

Fernández, Fabiola

1996 La televisión por suscripción en la zona sur de la ciudad de La Paz. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, La Paz, Universidad Católica.

Prieto, Daniel

1994 *La pasión por el discurso*, Quito: Ed. SCC.

Rivera, Silvia

- 1991 *Nuevos partidos y viejas contradicciones: el papel de UCS y CONDEPA en la política boliviana*. La Paz, citado por Archondo R. Op. cit.: 228.

Secretaría Nacional de Participación Popular

- 1997 *Comunicación sin centro. Sueños y señas para descentralizar la comunicación... y democratizarla*, La Paz: Ed. Ministerio de Desarrollo Humano.

Temple, Dominique

- 1996 *La dialéctica del Don*, La Paz: HISBOL.