

**INSTITUTO DE
ESTUDIOS
URBANOS
PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATOLICA DE CHILE**



eu re

REVISTA LATINOAMERICANA DE ESTUDIOS URBANO REGIONALES
Vol. XXII / Octubre 1996 / N° 66

Ciudad y comunicación*

Fernando Carrión M.**

Abstract

The text deals with analyzing the theme about the relation between communication and city, in a double perspective: the city a mean of communication and the incorporation of the communicative dimension in urban policies. Both perspectives have more sense, when the globalization procedures require the internationalization of the city, a fortifying local government and the return to the constructed city, therefore, in a wide meaning, the communication acquires a new dimension for the urban development.

*"Ni el patrimonio económico y cultural heredado del pasado, ni la importancia política y los medios financieros que el Estado atribuya a sus ciudades serán suficientes si no se produce la movilización de sus propias fuerzas. Para lo cual se requiere que las ciudades dispongan de una **fuerte identidad sociocultural y de un liderazgo político, autónomo y representativo** y, sobre esta base, generen **proyectos colectivos** que proporcionen a la sociedad urbana la **ilusión movilizadora** de todos sus recursos potenciales" (1).*

1. Introducción: el fin de siglo urbano en América Latina.

El predominio de la población urbana, el incremento del número de ciudades y la generalización de la urbanización en la región, llevan a concluir que Latinoamérica se ha transformado en un continente de ciudades (2). En todos los

países de América Latina se observa un rápido crecimiento de la población urbana y del número de ciudades (3): más de 300 millones de personas viven en urbes y la región tiene un grado de urbanización del 74%. Para el año 2000 será el continente con mayor población urbana del mundo, gracias a una urbanización tardía pero más rápida que en otras latitudes.

Este agudo proceso de urbanización que vive América Latina ha significado que el hecho organizador de la región se desplace del campo a la ciudad. Ello tiene dos aspectos que deben ser tomados en cuenta: el primero, que hay un cambio notable en América Latina, consistente en que la ciudad de nuestro tiempo se ha convertido en el "modo de vida" fundamental para la mayoría de latinoamericanos (4). Y, el segundo, que esta novedad no ha sido aún reconocida por el Estado, lo que ha conducido a la inexistencia de una propuesta de ciudad para un proyecto nacional.

Prefigurar un proyecto colectivo de ciudad debe convertirse en el punto de partida para una nueva política cultural urbana, en la medida en que se constituya un nuevo pacto social que encarne la fuerza movilizadora que sea capaz de definir las múltiples identidades sociales. Hay la necesidad de impulsar un proyecto de ciudad, como base y fundamento para un nuevo pacto social urbano.

Más urgente aun cuando, en el contexto de la paradoja actual de globalización y descentralización de las sociedades nacionales, hay una redefinición del rol y peso específico de las ciuda-

* Trabajo presentado en el Seminario "Ciudad y Comunicación" realizado entre el 21-23 de junio de 1995, en Medellín - Colombia y organizado por la Universidad Pontificia Bolivariana y UNESCO.

** Director de Flacso - Ecuador, Editorialista Diario HOY y Catedrático de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Central. Las opiniones aquí vertidas son de exclusiva responsabilidad y en nada comprometen a las instituciones donde labora.

des. Las economías urbanas adquieren una funcionalidad mayor, el poder local se incrementa y la diversidad de expresiones culturales se potencian y multiplican.

Las relaciones interurbanas se intensifican por encima de las relaciones internacionales, transnacionales o multinacionales, asumiendo la ciudad la forma de eje de la articulación del sistema mundial. De allí que si el Siglo XX se caracterizó por la consolidación y desarrollo de las naciones, el próximo milenio será el de las ciudades.

En este contexto, el rol de las comunicaciones será determinante, porque esta condición de continente de ciudades deberá ser transformada a uno urbano: lo cual supone que las ciudades se convierten en actores fundamentales de la relación entre ellas y de la constitución de la red urbana (5).

Para ello pasaremos revista a algunas reflexiones que nacen de la tesis de partida del presente trabajo: es necesario diseñar una política cultural municipal que impulse un proyecto de ciudad, como base y fundamento para un nuevo pacto social urbano (6).

2. Ciudad, Estado y ciudadanía

En la antigua Grecia tuvo lugar el nacimiento simultáneo e indisoluble de la Ciudad y la Política, al extremo de que no se diferenció la Ciudad del Estado. Esto era posible porque la polis griega, fundada en la democracia, integraba al ciudadano a su actividad, quien la asumía como propia. De esta manera la historia nos enseñó que la ciudad fue la primera forma de participación ciudadana y cómo se construyó la trilogía inseparable compuesta por la Ciudad, el Estado y la Ciudadanía.

Este sentido histórico se pierde de manera paulatina, al paso que la tríada señalada se disocia. Así tenemos que la ciudad se vacía de la política y de lo público, debido a los procesos de privatización en ciernes, o que la plaza-ahora pierde sentido y funcionalidad ante los tecnicismos de las encuestas políticas o ante la magia de televisión.

La ciudad tiende a diluirse como escenario principal de la competencia política y no consigue

constituirse en objeto sobre el cual recae una propuesta política, es decir, que no logra convertirse en un referente o mirada específica para la política, los políticos y los partidos políticos. Y ello porque la relación entre política y ciudad se encuentra restringida, debido a que la gran mayoría de los partidos políticos —como instancias de intermediación de la sociedad y el Estado— carecen de propuestas sobre ella. Y lo que complica aún más es que la mayoría de los Estados tampoco han logrado formular Políticas Urbanas explícitas, integrales y coherentes.

El excesivo crecimiento urbano y la separación del organismo político de la participación social, característico del Estado moderno, restan atributos a la condición de ciudadanía. Pero también el Estado crece y se hace cada vez más complejo, al extremo de convertirse en un verdadero Leviatán, separado de la sociedad civil. Y paulatinamente los mecanismos de participación se transforman en delegaciones, representaciones o en sufragios simples que no comprometen al votante.

Pero la fuerza histórica que tiene la polis le permite resistir, con sus elementos y relaciones, gracias a la existencia de un movimiento contradictorio que rige la cualidad esencial de la ciudad. Así, de un tiempo a esta parte y en el contexto de la redemocratización que vive América Latina, se observa la búsqueda de una mayor representación política a través de una aproximación interesante entre políticos y ciudad que —al menos— se expresa en la elección popular de alcaldes, el fortalecimiento del poder local, el nuevo rol de la ciudad en el concierto internacional, el desarrollo de interesantes procesos de descentralización, la apertura de nuevos canales de participación, la emergencia de nuevos actores, entre otros.

Este movimiento histórico que le da vida y le permite resistir a la ciudad, proviene precisamente de los elementos culturales y de comunicación cohesionadores de la población, propios de la condición de ciudadanía.

3. La ciudad: instancia de formación de lo público y de construcción de identidades

La ciudad no es sólo un lugar de concentración de la población. Ella adquiere la cualidad de tal

al momento en que asume la condición de polis. Por ello las metrópolis o megalópolis no son simplemente escalas superiores, demográficamente hablando, de ciudad, y no lo son, porque la ciudad, en este contexto, asume la siguiente triple condición:

- a. La ciudad es un escenario de relaciones sociales múltiples que permite una construcción social, un entramado social y la constitución ciudadana.
- b. La ciudad es un espacio donde se concentra la diversidad y la heterogeneidad en toda su expresión: social, cultural, económica y política. Por ello se produce la formación de múltiples y simultáneas identidades colectivas.
- c. La ciudad es el ámbito fundamental para la mediación social entre lo individual y lo público, es la instancia privilegiada de regulación y universalización de los intereses.

En este sentido, la ciudad debe pasar de una concepción puramente demográfica a una que tienda a “devolver la polis a la civitas”, sobre la base de la restitución de la articulación ciudad-estado-ciudadanía. Es que siendo la ciudad el espacio político por excelencia, la política debe retornar al lugar de su nacimiento: la ciudad. Y ello debe ocurrir en una coyuntura adversa, en la que hay un desprestigio de la política y una despolitización de la ciudad.

La recuperación del sentido de la polis debe seguir el propio devenir de su constitución; esto es, desde una perspectiva de futuro construido socialmente, hacer realidad el deber de todos a construir el derecho a una ciudad democrática. De esta manera, las metrópolis o las megalópolis serán una nueva y superior cualidad de la polis y la democracia será la mayor expresión de la conquista del derecho a la ciudad democrática.

En esta perspectiva, la configuración de un proyecto colectivo de ciudad debe pasar por la constitución de un nuevo pacto social urbano, que produzca una metrópolis donde la diferenciación social no fragmente y la ciudad sea un foro o un ahora con espacios públicos u cívicos que satisfagan las necesidades del consumo (calidad de vida), de la producción (el desarrollo), de la política (el consenso) y de la cultura (la creatividad).

4. El municipio: lo más próximo a lo estatal

El municipio es el órgano estatal más directamente vinculado a la cotidianeidad, de mayor proximidad a la sociedad civil y principalmente urbano. En estos últimos años ha representado una de las experiencias más importantes en el afianzamiento de la reciente democracia latinoamericana, porque ha logrado expandirse por todo el territorio regional y, por sobre todo, porque ha logrado representar de mejor manera la diversidad social a través de gobiernos con mayor legitimidad.

Pero también ha sido capaz de promocionar a nuevos sujetos sociales urbanos como los jóvenes, deportistas, mujeres, ambientalistas, pobladores, etc., y lo ha hecho gracias a que, a diferencia de otros organismos estatales, ha sabido adecuarse de mejor manera a las demandas del mundo actual gracias a su carácter omnipresente en el proceso de contacto con sus habitantes, para lo cual no ha escatimado esfuerzo para integrar a nuevos actores sociales urbanos.

Sin embargo, actualmente poco o nada se hace por profundizar estas características del mundo municipal, porque la tendencia propia del pragmatismo liberal le obliga a nadar contra corriente. No sólo que se siente la desinversión que el Estado viene imponiendo a nivel de los servicios, equipamientos e infraestructuras urbanas (7), sino que también por la vía del clientelismo intraestatal, se percibe la transformación del contenido de lo municipal. De esta manera se deja de lado, entre otros, de su condición fundamental de órgano de gobierno, de instancia de representación, de construcción de la política, de factor de identidad y de expresión cultural.

El municipio pretende ser transformado en una entidad exclusivamente de servicios; pero ni siquiera de todos porque el Estado no cubriría el conjunto de las demandas, debido a que concentraría sus inversiones en aquellos servicios necesarios para el polo de punta de la acumulación: energía eléctrica y comunicaciones, dejando de lado para la “emergencia” o la “compensación social” la salud, educación, cultura, vivienda, recreación, etc.

Y aquellos servicios que produciría, lo haría mi-

nimizando el carácter de servicio que tienen, para dar paso al beneficio que persiguen los procesos de privatización. De allí que en esta concepción de lo municipal, la cultura sea pensada como un servicio que otorga el municipio, con todo lo que significa en cuanto al cobro de tasas, al carácter homogeneizador que encierra y al verticalismo y paternalismo de sus relaciones.

Por ello, el municipio, como el órgano más próximo al Estado, debe ser repensado y fortalecido, con el fin de que tenga una política cultural que le permita construir y enfrentar un proyecto de ciudad que tenga legitimidad, que potencie las múltiples identidades y que fortalezca la participación de la población. Debe crear capacidades de actuación globales, descentralizadas, participativas y representativas.

5. La ciudadanía: la redefinición de sus instituciones

De un tiempo a esta parte se percibe una transformación de la escena local y su trama de relaciones sociales, que hace que las instituciones en las cuales la ciudadanía se constituye, exprese y represente se transformen. Ello da lugar a propuestas de organización y de identidad cultural donde la población busca su rol social, en un marco diverso donde hay un reacomodo cultural para los nuevos actores urbanos.

El debilitamiento de lo público, como instancia de socialización y de mediación de lo individual como lo colectivo, se encuentra en franco proceso de deterioro. Por ello, los problemas de las identidades, como base de la articulación social y del sentido de pertenencia, tienden a redefinirse en ciertos grupos de la sociedad (como la juventud, la mujer), o en algunos de los ámbitos sociales.

De allí que las instituciones tradicionales como la Iglesia, la familia y la escuela pierdan eficacia como articuladores sociales (8). Frente a ello han surgido tres expresiones: 1. La transición de las tradicionales instituciones. 2. El apareamiento de múltiples lugares no institucionales, que juegan un rol fundamental en los procesos de socialización de la población. 3. La consolidación o fortalecimiento de nuevas instituciones.

En el primer caso tenemos, por ejemplo, a la **escuela**, que hace mucho tiempo dejó de generar expectativas de movilidad social y, más bien, así como ocurre en el **mercado laboral**, no sólo que ya no recepta personas sino que ahora incluso las expulsa. La redefinición e inestabilidad de la sociedad **familiar** ha motivado su reemplazo por ciertos lugares, como la calle para los niños (los gamines) y por nuevas formas de expresión social como la pandilla, para los jóvenes (9). **La Iglesia** que en un momento histórico tuvo casi el monopolio de la sociedad civil y de sus instituciones, en la actualidad por el proceso de secularización impuesto por la urbanización, debe pasar de un modelo de socialización basado en la parroquia rural a uno de base urbana. Quizás a eso se deba que la acción más dinámica de la Iglesia Católica en las parroquias urbanas sea aquella administrada por sacerdotes extranjeros, seguramente porque tienen una mayor experiencia urbana previa. En cambio, por ejemplo, en el Ecuador los curas nacionales tienen mejores resultados en el campo.

En el segundo caso, los espacios que dejan las instituciones tradicionales son asumidos por **lugares** como la calle, el parque, el barrio o la cárcel, y ciertos **ámbitos sociales** tales como la pandilla juvenil, el club o el centro cultural.

En tercer lugar, emergen nuevas instituciones o viejas remozadas, entre las cuales se debe señalar con un peso singular a los **medios de comunicación**, donde tiene especial relevancia la televisión (10).

Es necesario repensar, redefinir y fortalecer estos escenarios de socialización fundamentales de la sociedad urbana y su vinculación con el municipio, como el órgano estatal más próximo a la sociedad civil y sus instituciones.

6. Cultura y ciudad

Una política cultural municipal metropolitana debe tender a romper la débil integración sociocultural 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.

Una política cultural metropolitana debería tender a 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 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 (11). 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.

Sin embargo, una propuesta como la señalada tiene límites que trascienden lo estructural, al menos, en dos aspectos: a) las **políticas neoliberales** tienden a mercantilizar, reducir y desacreditar la importancia de lo social, lo cultural, lo ambiental y lo territorial. Por eso nuestras ciudades se fragmentan y privatizan más, se

hacen más ostensibles los abismos económicos, culturales, geográficos, sociales y políticos. Se crean nuevas formas de sociabilidad y restringen la condición de ámbito privilegiado de lo público.

Pero también la **violencia común** ha conducido a que los habitantes, primeras víctimas del fenómeno, asuman mecanismos de defensa que los lleva a modificar su conducta cotidiana: cambios en los horarios habituales, transformación de los senderos y rutas diarias, restricción de las relaciones sociales –porque todo desconocido es sospechoso–, eliminación de las actitudes de solidaridad y ayuda mutua. Cada una de estas acciones de autodefensa de la población es a su vez causa y efecto de un nuevo comportamiento social: angustia, desamparo, aislamiento, desconfianza, agresividad, individualismo.

Así la ciudad en construcción ve perder sus espacios públicos y cívicos, la urbanización privada niega la posibilidad de mediación social, la fragmentación gana espacio, etc. Por ello lo público, como instancia de regulación e intermediación de la sociedad, va disolviéndose en las lógicas privatizaciones que prevalecen sobre el interés colectivo.

Se evidencia así la necesidad de desarrollar múltiples identidades alrededor de un proyecto colectivo de ciudad, para lo cual hay que tener en cuenta que la población debe construir y comprometerse con el diseño de un proyecto de ciudad como forma de movilización social. Este proceso deberá construir un nuevo bloque social que le dé sustento y sentido (12).

La estructuración de una política cultural municipal pasa por la articulación del conjunto de las buenas iniciativas que se vienen impulsando –más otras que deberán adicionarse o eliminarse–, vinculándolas estructuralmente al nuevo proyecto de ciudad; lo cual no sólo permitirá potenciar sus efectos, sino también apuntalar al fortalecimiento de la legitimidad municipal y al relanzamiento de la cultura. Por eso la importancia de hacer de la ciudad un espacio de cultura y para la cultura.

7. 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:

a. **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 compadecen 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 se trata de actores aislados y dispersos; 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 sólo será posible cuando se construyan nuevos esquemas de relaciones interurbanas fundados en la comunicación.

b. **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 sólo que se merma el derecho a la ciudad y las posibilidades de potenciar la ciudadanía, sino que también se socavan las bases de sustentación de la ciudad (13).

c. **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.

d. **Relaciones-población.** El crecimiento de la población urbana, la escasa integración sociocultural 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 “soleidades 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 de 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 (14).

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).

7.1. 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 urba-

na 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 sólo 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 (15).

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 (16).

Así como también se percibe una agresión constante de la publicidad comercial ubicada inconscientemente 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 Ronde, 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 a construir una diversidad de identidades, de integración de la ciudadanía, de socialización de población y mediación hacia lo público.

7.2. La ciudad es un medio de comunicación especial

El atraso de la urbe frente a los avances tecnológicos de la comunicación tiene que ver al menos, por un lado, con la incompreensión de la ciudad como centro de información, lugar de difusión y medio de comunicación social y, por otro, con la restrictiva concepción que se tiene de ella como si fuera un “medio formal institucionalizado” y no como una relación social. En otras palabras, las propias construcciones teóricas 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 definen 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 sus contenidos. 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 sólo era una bella ciudad; era una ciudad homogénea, un producto arquitectónico e histórico de la Edad Media, **una crónica pétreas.**”

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

Pero también 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. Y también conducirnos 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 la termas o los pórticos, propios de Grecia y Roma, fue superado por los periódicos. El balcón de antaño, que servía para la arenga política cede a la imagen de la televisión. El Chasqui interurbano es reemplazado por el internet...(17).

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.

Ello significa que la urbe es un medio de comunicación especial y formidable, que se caracteriza por algunas peculiaridades, entre las cuales se pueden mencionar las siguientes:

- a. **Apropiación social.** No existe un control monopólico sobre el mismo, 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.
- b. **Continente y contenido.** Porque su esencia proviene de la condición de medio de comunicación que contiene a todos los otros. La ciudad es un foro de comunicación e información, porque en él confluye la mayor densidad de medios de comunicación y usuarios (telefonía, radio, televisión, correos, cine, teatro, escuelas); abarca la mayor concen-

tración de lugares de socialización (espacios públicos, cívicos, barrios); posee el mayor cúmulo de información concentrada (bibliotecas, archivos, edificios, etc.) y tiene acumuladas la mayor cantidad de manifestaciones simbólicas.

- c. **Emisor y receptor.** No existe una diferenciación tajante entre receptor y emisor, porque los contiene a los dos simultáneamente y cada uno de ellos pueden actuar indistintamente en una u otra condición.
- d. **La historicidad.** Porque emite mensajes "atemporales", en el sentido de que su lectura se la hace a partir de símbolos contruidos en un momento de la historia, pero que, gracias al paso del tiempo, su percepción cambia; no por que se los construya nuevamente, sino porque el proceso de decodificación que se realiza permite reconocer lo ocurrido a lo largo de las épocas de origen y desarrollo del conjunto urbano (18).

La ciudad es un espacio de concentración a todo nivel, donde la comunicación puede y debe potenciarse. Si bien en la actualidad las formas de concentración son un problema, las posibilidades de solución se encuentran justamente en su condición de medio de comunicación y centro de información.

De allí que el plano de una ciudad no sea otra cosa que el inconsciente colectivo de una ciudad. 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.

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. También es interesante constatar que la señalización y la nomenclatura urbana 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 innumerales: debe ser escondida y no tener nombre...

En ese sentido, 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 de 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.

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 información (Alfanumérico).

De allí que la nomenclatura de una ciudad sirva 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.

7.3. 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 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 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:

- a. 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, no es sólo 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 reconstituir 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 (19). Obviamente ello supone la existencia de estrategias explícitas de política urbana.

- b. El concepto de municipio debe provenir de su condición de **globalidad**, porque la inserción nacional e internacional es evidente, no sólo 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.

- c. 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 desarrollo de propuestas de **descentralización** del aparato de gobierno municipal (20), 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** (21), 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 construir espacios de encuentro tendientes a fortalecer las posibilidades de socialización, el desarrollo de las múltiples identidades, la cultura, etc. (22).

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 (23), 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 cómo 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, fortalecer las múltiples identidades, promover órganos legítimos en un contexto de crisis generalizada (24), fortalecer el orgullo y sentido de pertenencia, auspiciar la ilusión movilizadora de asumir un proyecto social (25), promover una cultura de planificación, entre otros.

7.4. La integración social urbana

Las ciudades no sólo son el lugar fundamental de la concentración de 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 debe partir por el apuntalamiento a 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 coexistencia de diversos órdenes urbanos, la integración social fundada en una equidad no homogeneizadora, el fortalecimiento de una racionalidad colectiva que apunte a 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 éstos 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.

7.5. 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 **endógeno y centripeta**.

Con esta vuelta de prioridad a 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 sólo 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 la infraestructura, exigen procesos de comunicación y de relaciones públicas especiales (26).

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) constituir una nueva simbología. Tiene que hacer obra no sólo 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 ventajas. Si bien tiende a resolver algunos problemas, una vez que cumple su cometido es absorbida o mimetizada por la cotidianeidad 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 a 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 socioterritorial de la inversión y la satisfacción de reales demandas sociales (27), pero también un seguimiento y control de la inversión por parte de la población.

7.6. 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 de las ciudades— permiten una difusión de los modos de vida ciudadanos por fuera de sus límites.

La cualidad de 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 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 potencia y, por tanto, las relaciones interurbanas se intensifican por encima de las relaciones internacionales, transnacionales o multinacionales.

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 de intercambio, entre los organismos creados por los poderes centrales y los que emergen del nivel local.

En este sentido la comunicación y 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).

Notas

(1) Borja Jordi. *Democracia Local: Descentralización del Estado, Políticas Económico-Sociales en la ciudad y Participación Popular*, Documents d' Autonomia Municipal, Nº1, Barcelona, 1988.

(2) América Latina tiene 2 ciudades de más de 15 millones de habitantes: 28 urbes que tienen más de 1 millón y 35 que pasan los 600 mil habitantes. Esto significa que en la región hay un universo de 65 áreas metropolitanas.

(3) En 1950 el 41 por ciento de la población vivía en ciudades, en 1990 subió al 72 por ciento y al año 2.000 se estima que lo harán el 77 por ciento. (Lates, 1989)

(4) Ver el trabajo de Wirth, Louis: **El urbanismo como modo de vida**, Ed. UNAM, MEXICO, 1988.

(5) La sola presencia de ciudades no garantiza la cualidad urbana de una región o país, ni tampoco que exista una red urbana. Ello significa que la existencia de ciudades es una condición necesaria del proceso de urbanización, pero insuficiente.

(6) "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 ciudades como príncipes de autoridad soberana, súbditos por estar sometidos a las leyes del Estado". (Rousseau, 23, 1978).

(7) Como parte de reducción –por no decir ausencia– de las políticas sociales, ambientales, culturales y territoriales y como efecto directo de las políticas anti-inflacionarias que han acelerado la crisis urbana en la mayoría de las ciudades de América Latina.

(8) "Con la modernización y la secularización, las instituciones tradicionales (Iglesia, familia, escuela) por diversas razones han perdido eficacia como cohesionadores de las comunidades y como instancias claves en el proceso de inserción de los individuos en un orden simbólico y normativo". (Corporación-Región Medellín, 29).

(9) "En los grupos de jóvenes, la violencia se ha convertido en un medio para lograr una figuración social. Tras el pandillero se encuentra una generación que no ha encontrado los espacios de participación y reconocimiento social que lo afiancen como sujeto y proyección."

(10) En los EE.UU., un joven al salir del bachillerato habrá estado al frente del televisor el doble de horas que en el salón de clases (De Roux, 1994); Los niños franceses entre dos y diez años de edad ven 1.200 horas de televisión al año frente a las 900 que pasan en la escuela. En Bucamaranga los niños de ocho años ven 3.650 horas al año (Espinoza, 66).

(11) 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.

(12) "El contexto fundamental en que se pueda llegar a entender la dinámica municipal, es el llamado contexto del bloque de poder o bloque histórico, que es la forma en que las clases sociales construyen el Estado (...) Ese bloque social que subyace en toda estructura del Estado, es territorialmente diferenciado. ¿Qué quiere decir esto? que la forma, la relación de poder entre las distintas clases y fracciones de clase internas a ese bloque de poder, cambia según las

regiones, según el municipio, que la clase es dominante a nivel del Estado y su conjunto, no es necesariamente la clase dominante en una región o una ciudad o un municipio” (Castell: 1982, 21).

(13) La violencia es uno de los temas que tienden a erosionar esta condición. Cfr. Carrión F. 1995.

(14) Entramos al siglo de las ciudades que exige, según Pascual Maragall, Alcalde de Barcelona, la formulación de una organización de “Ciudades Unidas”, alterna a las “Naciones Unidas”. 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.

(15) 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 de la mejora de la comunicación, hacia la socialización y la construcción de lo público.

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

(17) Victor 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.”

(18) 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.

(19) 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 sólo 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.

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

(21) 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.” En definitiva, se trata de una política institucional tendiente a atraer la comprensión y aceptación del público respecto de su actividad

(22) 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.

(23) 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.

(24) 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 sólo por origen sino también por la acción que desarrolla.

(25) Es interesante analizar la ilusión creada alrededor de la Olimpiada en Barcelona o del vaso de leche en Lima. Los dos casos, con lo diferentes que son, generaron resultados que aún asombran a la humanidad, en cuanto movilización de la población y realización de un proyecto de ciudad.

(26) 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.

(27) 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.