

Editorial:

Nueva Economía de Signos y Espacios

Las tendencias o mudanzas que introduce la denominada Sociedad de la Información se vienen traduciendo, en los últimos tiempos, en nuevos procesos de desarrollo cultural del ser y sentido de la ciudadanía. El alcance de los cambios en curso comprende una profunda transformación del sistema de organización de la vida pública a partir de las pautas, sistemas y culturas de la información hipermediatizada.

Las nuevas tecnologías impactan en los subsistemas de producción, distribución y consumo, por un lado, y en los mecanismos de reproducción social y del poder, por otro. Cambian, también, las nociones de tiempo y espacio, de poder y libertad, lo individual y colectivo, lo público y privado, nacional e internacional, productivo e improductivo (Zallo, 1992, p. 45).

Como resultado de ello, la comunicación y la cultura experimentan una reconfiguración general que exige de la teoría crítica una concepción más praxiológica de las mediaciones en la era digital, especialmente a la hora de pensar la nueva economía de signos y espacios.

Toda conceptualización teórica sobre el interfaz ciudadanía/comunicación pasa, hoy, por abordar en su radical singularidad, y desde el plano concreto de la inmanencia, el marco de conflictos y contradicciones que atraviesan la nueva división internacional del trabajo cultural y las territorializaciones a ella asociadas; así como los procesos de acceso y apropiación local de la tecnocultura, considerando, desde una visión crítica, el papel de las políticas públicas y las nuevas formas de dominio y control social que inaugura el *Capitalismo Cognitivo* (con todas sus potencialidades y espesor material en la emergencia de lo que David Harvey ha denominado *ciudades rebeldes*). Los procesos de informatización de la economía y de espectacularización del capital –los logros de la denominada eufemísticamente nueva economía– representan en la práctica, por tanto, nuevas formas de articulación del revolucionario proceso de reorganización territorial, simbólica y normativa de la vida social. Por la que lógicamente, junto a procesos de racionalización y reestructuración de la economía, tienen lugar amplias diferencias entre clases y grupos sociales, entre unidades económicas integradas y espacios geográficos vivos o muertos.

La proliferación de iniciativas de marketing urbano y proyectos de redefinición territorial en auge, tal como los modelos de ordenación urbana de las ciudades del conocimiento, las ciudades educativas o los tecnopolos y parques tecnológicos que, en parte, impulsan las industrias culturales, vinculando el sector de la comunicación con realidades apenas consideradas por los estudios comunicológicos como la ordenación del espacio y la definición de los imaginarios urbanos como fuente de acumulación de capital y valorización de la cultura, plantea, desde este punto de vista, la necesidad de una nueva agenda y redefinición del problema de las políticas culturales en nuestro ámbito de conocimiento, situando la emergencia de los nuevos movimientos urbanos o, en el sentido de Galindo, la erupción visible de la galaxia Internet, desde una nueva óptica o plano de análisis.

En las siguientes páginas de *Chasqui*, ofrecemos un primer excursus exploratorio sobre la materia que trata de abordar los principales ejes críticos del pensamiento comunicacional con la nueva topología ciudadana, apuntando líneas de fuerza y contradicciones de la comunicación total en la era de la *distopía urbana* a modo de tentativa con la que enmarcar conceptualmente los procesos de protesta e insurgencia de las multitudes en red, así como otras tramas invisibles de la vida en común de las ciudades:

- Las políticas de visibilidad en la construcción de narrativas de/sobre la ciudad.
- El patrimonio simbólico y la espectacularización de los escenarios urbanos como vías de capitalización del sector servicios y el turismo local.
- Las formas de organización del espacio (público/privado) y las dinámicas de conflicto que atraviesan el accionar de los actores colectivos en torno a las experiencias urbanas.
- Las necesarias innovaciones teórico-metodológicas para pensar la ciudad en la era del llamado capitalismo cultural.

El objetivo, en suma, del presente Monográfico es tratar de pensar los cambios en los modos de construcción de la ciudadanía y de lo público, en virtud de la transformación de los espacios urbanos. Esto es, qué elementos innovadores a considerar por la crítica teórica se observan en los nuevos modelos de urbanidad y privación del territorio en la ciudad neoliberal.

Sabemos que uno de los efectos más importantes del capitalismo es la transformación de la escala de los proyectos de construcción y reorganización del espacio. En tiempos de globalización, el problema del valor, de las dimensiones y escalas de lo social desde el punto de vista de prescripción y ordenamiento del modelo de organización del territorio es, sin lugar a dudas, determinante de la propia lógica del capitalismo. De lo local a lo global, del Estado-nación a la economía-mundo, la historia del capitalismo es siempre la historia de la ampliación y modificación singularizada de las condiciones

espaciotemporales de desarrollo social que, en el ámbito de la comunicación, se traduce en la alteración de los *topoi*, de los parámetros espaciotemporales en la experiencia del sujeto moderno, introduciendo lo que podríamos denominar *lo espectacular integrado*, tanto en el imaginario como en las narrativas de la contemporaneidad.

La industria cultural –el propio discurso periodístico– es deudor de esta querencia del capitalismo por ampliar sus territorios, por modificar la magnitud y monumentalidad de sus edificaciones, por apreciar lo extraordinario como principio en su *normal* evolución y desenvolvimiento. Tanto así que, en parte como resultado de lo que Giddens denomina “fenómeno de *desanclaje*” –prototípico de la modernidad–, podríamos afirmar que a mayor escala del capitalismo, mayor influencia de la comunicación; llegando a nuestros días a la popularización de fenómenos como el marketing urbano, que asigna a la publicidad y estrategias de proyección de la imagen pública de las ciudades la compleja tarea de posicionamiento y desarrollo económico del espacio social o, en suma, del conjunto del territorio y de la cultura. El cambio radical en la escala que Haussmann pensó para París se ve así hoy reproducido y ampliado con las estrategias de modernización de las nuevas tecnologías que las ciudades del conocimiento y los modelos de urbanismo digital planean como salida a la crisis y demandas de creciente competitividad de los mercados. En otras palabras, el proceso de desarrollo que marca y condiciona el imparable proceso de modernización y cambio social contemporáneo solo es explicable y, más aún, coherentemente comprensible en el marco de la historia general del capitalismo, a partir de cuyas lógicas estructurales podemos analizar de forma consistente y definir mejor –más cabalmente– la actual dinámica *inhabitable* del cambio urbano en nuestras metrópolis.

En esta línea, pensar la comunicación y la ciudad tiene implicaciones –desde el punto de vista de la economía política– que exigen integrar aspectos del desarrollo urbano más allá de los que fijaba la visión de lo público en la modernidad clásica, al concernir aspectos como el imaginario o la educación y el buen gobierno; según puede observarse en algunas experiencias emblemáticas de reestructuración urbana como la ciudad de Londres analizada por Jameson. Desde esta perspectiva, la teoría crítica plantea, frente a los modelos populistas que hablan de la imposibilidad de construir un modelo global de interpretación, la pertinencia de construir una alternativa crítica al capitalismo flexible como condición necesaria para desarrollar los antagonismos, contradicciones y modelos de planeación del desarrollo local en la era red, de forma más equilibrada y democrática. Pues, como decía Raymond Williams, uno no vive *en la* ciudad, vive *en* ciudad. De la dimensión física a la simbólica, pensar el interfaz de los lugares, las imágenes y las mediaciones de la cultura urbana es explorar la estructura de sentimiento de nuestra contemporaneidad en tanto ecología de vida determinada por normas, procesos, prácticas y modelos de relación que atraviesan por entero, y desde el principio, la lógica social del capitalismo.

En otras palabras, frente a las concepciones neoconservadoras y posmodernistas de la arquitectura y la ciudad, frente a la fragmentación y dispersión promulgada por los modelos de *distopía* urbana –prototípicos del individualismo posesivo a la hora de planear los modelos de ciudad– tenemos otras alternativas posibles y necesarias que, desde una perspectiva crítica, han de ser fijadas como estrategia teórica a la hora de pensar la ciudadanía, la comunicación y la cultura urbana en el nuevo escenario descrito anteriormente (Harvey, 2013). A tales efectos, es necesario empezar por problematizar más el hábitat y el territorio, bien usando cartografías para la historia del lugar o con fuentes orales e historias de vida de los antiguos residentes, bien triangulando con los sentidos del espacio que atribuyen los entrevistados y/o actores sociales; esto es, construyendo una visión comunicacional integradora de la cuestión urbana.

El próximo mes de octubre Quito es capital del encuentro Hábitat III: un escenario de debate del sistema internacional de Naciones Unidas, el cual ha de repensar todas las dimensiones de la configuración espacio-temporal de la vida en común; del campo a la ciudad, de la arquitectura al arte público, de los habitantes a los nómadas fluctuantes, del turismo y la especulación inmobiliaria al capitalismo financiero, o de la vida social y las identidades culturales a la economía sostenible para un entorno que en 2050 prevé concentrar al 70% de la población mundial.

Este es un problema sin duda de gobierno de la vida en común pero también, por lo mismo, de organización social de la cooperación y, por ende, de mediación social y cognitiva.

Sabemos que, históricamente,

el valor de uso de la ciudad del siglo XX, del campo del siglo XX, de las vías de comunicación del siglo XX, es un valor de uso deformado, invertido de sentido por un diseño del mismo en donde el telos de la valorización parece haber sustituido definitivamente al telos que la sociedad moderna puede plantearse a sí misma democráticamente. (Echeverría, 2011, p. 341)

Los procesos de desterritorialización del turbocapitalismo han socavado las bases materiales de la vida en común, limitando las oportunidades para la construcción del lenguaje de los vínculos, al tiempo que han emergido respuestas ciudadanas y prácticas culturales emancipadoras en resistencia a los procesos de modernización del territorio. Especialmente en América Latina, una de las regiones más desiguales y con mayor desequilibrio urbano en términos de movilidad social, de derecho a la ciudad, se han experimentado procesos de aglomeración inusitados con significativos impactos en la convivencia, como es el caso de la ciudad de Medellín. Para remediar, cuando menos en el plano imaginario, los modelos dominantes de urbanidad, proyectos como #SomosTerritorio ilustran cómo sectores vulnerables pueden apropiarse a

través de la imagen de la ciudad de las condiciones sociales necesarias para un proyecto habitable, contando sus historias en forma de diálogo de saberes. Porque, una vez más es preciso recordarlo, las ciudades hablan.

Más allá de los estudios sobre espacio público y territorio, sea en la tradición crítica o los estudios culturales, los investigadores del campo comunicológico deben asumir que pueden y deben desarrollar un programa de trabajo en esta materia, pues la construcción del espacio público depende básicamente de este conocimiento. Es por ello que en CIESPAL hemos puesto en marcha el *Seminario Internacional Milton Santos de Comunicación y Cultura Urbana*, entendiendo que conviene, hoy más que nunca en este punto, hacer un cruce de los aportes sobre emoción y subjetividad (dimensión comunicacional) y la dimensión más estructural de los cambios del espacio público y la transformación urbana a la hora de entender los procesos de construcción de la ciudadanía.

Este ejercicio de algún modo está presente en la obra de Martín-Barbero y por algunos años fue de interés prioritario en los estudios culturales latinoamericanos. Pero hoy, en la era del amor líquido, en las experiencias ficcionalizadas por filmes como la película argentina *Medianeras*, se constata una carencia en el campo sobre esta línea de estudios de lo urbano, salvo excepciones como las del maestro Armando Silva, cuya obra de referencia puede el lector consultar en el propio catálogo de CIESPAL.

Así las cosas, iniciamos con este número de Chasqui una propuesta que se nos antoja urgente y central en los debates contemporáneos. Si queremos garantizar la democratización y la participación social productiva de los actores sociales con las nuevas máquinas de información, es preciso observar atentamente estos procesos de urbanidad diferenciales, mapeando las redes, relaciones y formas particulares de articulación para una intervención social comunitaria liberadora en, por, a través y desde el territorio local. Lograr la conectividad social, articular tejido y masa crítica para el cambio de matrices y formas de convivencia, trenzando redes cívicas de autonomía y auto-organización popular que puedan realizar la democracia directa y efectiva sin intermediarios –con la transformación, lógicamente, de la cultura política– exige para ello definir políticas culturales que cultiven el germen de una nueva ética solidaria, guiada por la lógica del don y la vinculación cooperativa, características de una ciudadanía responsable y socialmente activa con abordajes pluridisciplinarios: en nuestro caso, entre la Antropología, el Diseño y los Estudios Urbanos. Ello presupone además la recuperación del momento privilegiado de la articulación política, capaz de recuperar la palabra y la centralidad de la mediación en el espacio social, a partir de los problemas de la vida cotidiana que están generando nuevas formas de enunciación.

En este sentido, la Comunicación y la Cultura Urbana en el Capitalismo Cognitivo plantean no solo un problema de método, sino esencialmente un dilema conceptual que revela la necesidad de definir el Derecho a la

Comunicación como básicamente el Derecho a la Ciudad, el derecho a tener derechos y a la movilidad en un mundo, no lo olvidemos, surcado por diversas redes materiales e invisibles que tejen nuestros sueños, vínculos y sentires sobre lo social: *Urbi et Orbi*. Más allá de la ciudad, porque se traman en común.

Esperamos que este número de *Revista Chasqui* sea una contribución de utilidad para el debate y la agenda académica regional.

Francisco SIERRA CABALLERO
Editor
www.franciscosierracaballero.com

Referencias bibliográficas

- Echeverría, B. (2011). *Discurso crítico y modernidad*. Bogotá: Ediciones desde Abajo.
Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal.
Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura*. Donostia: Gakoa.