

La ciudad y la comunicación. Apuntes de un encuentro con los urbanistas

Francisco de Jesús Aceves
Universidad de Guadalajara

Dimensión espacial y procesos de comunicación

LA NOCIÓN de ciudad como entidad que alberga diversidad de grupos sociales, como espacio en el que se establecen las relaciones entre estos grupos, como lugar en permanente adecuación a los requerimientos sociales, conduce inevitablemente al reconocimiento de lo comunicacional. De la misma manera que los procesos comunicacionales atraviesan las actividades sociales, la comunicación subyace en la base de los productos construidos por el hombre, se asienta en las urbes donde se congregan los puntos centrales de la comunicación social.

Alejadas durante mucho tiempo, la perspectiva de los urbanistas y los comunicadores establecían una profunda desconexión entre el medio ambiente urbano y los procesos de comunicación. En rigor habría que apuntar que los urbanistas consignaban fenómenos pertinentes a los estudiosos de la comunicación, mientras que los comunicadores olvidábamos —salvo ilustres excepciones— la existencia de esa mole compleja y extensa denominada ciudad. Olvidábamos que la mayor cantidad de procesos comunicacionales que se producen en cualquier sociedad, se realizan en los contornos que limitan la ciudad. Olvidábamos que las redes de comunicación —interpersonal, grupal, masiva— se ubican y se encuentran determinadas por las características del entorno urbano. Olvidábamos finalmente, que los procesos de comunicación, su factibilidad y posibilidad, constituyan un elemento más, de singular importancia, en la configuración del medio ambiente urbano.

La dimensión espacial se encuentra en la base de toda relación por ende de toda la comunicación.

El medio ambiente está constituido por series de relaciones entre sus elementos y sus habitantes... El medio ambiente tiene estructura y no es un conjunto de elementos unidos al azar, sino que facilita y refleja las relaciones de elementos físicos del mundo. Estas relaciones de elementos físicos son primariamente relaciones *espaciales*. Básicamente, los objetos y las personas están relacionados a través de una separación en y por el espacio (Rapoport, 1978: 24).

La distribución del espacio, por tanto el diseño arquitectónico que conforma el medio ambiente urbano, corresponde a las necesidades específicas de un grupo social determinado. El diseño y la construcción de la ciudad, es decir el diseño y la construcción del medio ambiente urbano, adquiere una función básicamente organizativa.

Amos Rapoport delimita esta función organizativa en tres aspectos fundamentales: organización espacial, organización de significados y organización de la comunicación.

La *organización espacial* del medio ambiente urbano abarca desde el paisaje regional hasta el amueblamiento de una habitación y es realizada

...con propósitos específicos y ajustada a diferentes normas, reflejando las necesidades, los valores y los deseos de grupos de personas o individuos diseñando espacios y de esta manera, representando la congruencia o incongruencia entre la realidad física y la realidad social (1978: 25).

La *organización de significados* se encuentra en los materiales, la formas y los detalles que se utilizan en la construcción del aspecto icónico del medio ambiente urbano. A diferencia de la organización espacial, en la cual la distribución del espacio implica un contexto de significación y “tiene propiedades simbólicas, el significado se expresa frecuentemente a través de signos, materiales, colores, formas, paisajística”... (1978: 26).

La *organización de la comunicación* refleja las características espaciales del medio ambiente construido.

Así quien comunica con quién, bajo qué condiciones, cómo, cuándo, dónde y en qué contexto, son aspectos importantes de la interrelación entre la organización social y el medio ambiente construido. Con respecto al medio ambiente urbano... puede entenderse de dos maneras: como comunicación entre seres humanos cara a cara, o como movimientos y sistemas de comunicación (1978: 27).

Lo comunicacional se aprecia en las instancias organizativas. Al apuntar que el espacio tiene propiedades simbólicas, Rapoport precisa que este simbolismo es otorgado por sus usuarios, en este caso los ciudadanos, los cuales confieren a determinado espacio un valor simbólico específico, aunque dicho espacio no se distinga necesariamente de otras formas espaciales.

La relación que establece el usuario con el entorno urbano se desdobra en una serie de espacios con los cuales entra en contacto al realizar sus actividades. Rapoport basándose en Sonnenfeld, ilustra esta relación como un suceso de círculos concéntricos inmersos en un marco geográfico general, que sería la ciudad. A cada delimitación espacial correspondería a su vez un medio ambiente determinado.

Cada grupo o individuo realiza su actividad en un espacio determinado, que puede presentar características muy diferentes al espacio urbano global. El concepto de *espacio operacional* delimitaría precisamente el campo en que se circunscribe la actividad y que se encuentra inserto en el marco geográfico de la ciudad, pero que a su vez enmarca y delimita, “el medio ambiente perceptivo, del cual los seres humanos son conscientes y al que dan significados simbólicos... este tipo de espacio, usado por grupos sociales y reflejando la estructura de su percepción y de su comportamiento, puede llamarse espacio social” (Rapoport, 1978: 28).

Pero la relación que establece el usuario con su entorno y las actividades que realiza en su espacio social, no responden a una actitud voluntarista del sujeto sino que se inscriben y se encuentran determinadas en un contexto cultural. La diferenciación simbólica de los espacios urbanos es producto de la diversidad cultural de sus habitantes. Cultura que se expresa en el sistema valoral, mentalidad, educación, estética y que se concretiza en formas de vida determinadas. Estos “estilos de vida” (Rapoport) propician el que la ciudad aparezca como una colección de espacios que reflejan diferentes culturas y subculturas.

Todo esto significa que los lugares urbanos pertenecientes a distintos grupos humanos tienen significado, simbolizan e indican una identidad social y que, por lo tanto, no son meros receptáculos de actividad... En el contexto urbano ello nos conduce a distinguir entre... una casa como lugar habitable, o como símbolo de identificación del status social; una calle como espacio de paso o como lugar para vivir (1978: 35).

Esta determinación cultural condiciona, asimismo, la relación entre el habitante y los significados del paisaje urbano. El paisaje es el resultado de la percepción del

hombre sobre la naturaleza. Empero la percepción está determinada a su vez por la edad y el nivel socioeconómico. (Bailly, 1978: 174).

El paisaje, contemplado como una red de significados y significantes entendido de diverso modo por cada uno, bien sean individuos o grupos (Bertrand, citado por Bailly).

Espacio urbano y comunicación social

1. La interacción entre el espacio urbano y la acción social

La dimensión comunicacional que Rapoport reconocía como una de las instancias organizativas del espacio urbano es un punto en el que convergen las apreciaciones de diversos estudiosos, que sin negar el componente de significación que entraña la configuración urbana, confrontan posiciones respecto del grado e intensidad en las características físicas de la ciudad intervienen e influyen en el génesis y manifestación de las formas de acción social.

Por una parte Antonio Mela plantea que:

Toda forma de acción social... supone el compromiso de un conjunto de sujetos, los cuales operan en el ámbito de una situación específica que tienen en común. Tal situación puede ser comprendida como el conjunto de los elementos del ambiente material y social que rodean a los sujetos agentes y que tiene una relevancia específica respecto a los fines de acciones de que se habla... De la relación entre sujetos, estructuras y elementos materiales deriva un sistema de condicionamiento espacial y temporal que se constituye en el escenario o el contexto ante el cual las acciones se desarrollan (Mela, 1989: 12).

Este sistema de condicionamiento perfila el contexto en que se realizan acciones sociales paralelamente a una multiplicidad de intercambios comunicacionales. En estas condiciones,

...el espacio urbano contribuye a predefinir, al menos parcialmente, el significado global de la acción social que en él se da, proporcionando a los sujetos implicados en la interacción y a los eventuales observadores, una clave de lectura para la interpretación de las señales comunicativas (1989: 14).

Por otra parte, desde una perspectiva antropológica y partiendo de la noción de organización espacial, en términos de la distribución del uso del suelo, Chombart concibe el espacio socio-geográfico como “el marco espacial en el que evolucionan grupos de un conjunto humano dado y cuyas estructuras están dirigidas por factores económicos, relaciones sociales y modelos culturales” (Chombart, s. f.: 389). Cuestión que resulta crucial en la relación que se expresa entre el entorno urbano y las actividades sociales.

En este espacio socio-geográfico... se organiza un espacio social concreto en función de modelos culturales que imponen a todo el contexto ciertas formas que derivan de ciertas normas y en el que se disponen los objetos de acuerdo con un orden establecido.

Existe, por tanto en la perspectiva de este autor, una determinación básica y fundamental de la configuración física de la ciudad sobre la conformación y la clase de las actividades sociales.

En dicho espacio, el desplazamiento de los individuos queda canalizado y ciertos puntos privilegiados de atracción orientan ese desplazamiento: así es como los individuos y los grupos sometidos a modelos procedentes de los círculos responsables que han elaborado los planes (Chombart, s. f.: 390).

Es decir, que para Chombart, en tanto que la configuración de una ciudad, o como señalábamos anteriormente, la construcción de un medio ambiente urbano determinado, responde a los intereses del grupo social dominante, el diseño arquitectónico y la planificación urbana se circunscribe al modelo dominante. Esta determinación expresa una conexión indisoluble entre las características del entorno físico y los grupos y clases sociales que lo habitan, de tal forma que las diferencias sociales entre los individuos de diversas categorías, de diversas clases o de diversas etnias están así inscritas en el suelo que pisamos, como están todas las estructuras de la sociedad (s. f.: 389).

Por el contrario, en relación al papel que asume la organización del espacio en la diferenciación entre los grupos sociales, Mela apunta que “se puede observar que el origen de los desequilibrios y las relaciones de dominación no se encuentran en la configuración de los espacios sino en la calidad de la interacción que éstos albergan” (Mela, 1989: 15).

Coincidentes en el punto que analizan, ambos autores difieren sin embargo, en definir el factor clave que determina la interrelación entre el espacio y la acción social. En tanto que para Chombart, el elemento crucial lo constituye la distribución del espacio, en particular el uso del suelo, para Mela, el elemento principal es el proceso interactivo entre los sujetos que habitan el espacio físico.

Existiría al parecer, desde la perspectiva de Chombart, una relación cuasimecánica entre las condiciones sociogeográficas y los comportamientos sociales, mediante las cuales las determinaciones urbanísticas definirían el carácter de las desigualdades sociales. Por su parte Mela insiste en que el elemento definitorio de los desequilibrios sociales es la calidad del proceso interactivo.

Esta observación remite al signo; no sólo se da en plural una correspondencia biunívoca entre el contenedor espacial y su contenido social, sino que a veces la conformación de un espacio urbano sirve en cierto sentido de “acumulador” o de “gufa” para las relaciones sociales de las cuales depende. En otras palabras, un ambiente puede estar tan saturado de significados simbólicos o de vínculos normativos que produce casi automáticamente su propia reproducción, incluso independientemente de la intencionalidad explícita de los sujetos interactuantes: la construcción del sentido que el espacio presupone puede ser tan sutilmente determinante que, pese a no ser advertido, puede condicionar el comportamiento (Mela, 1989: 16).

O sea, que finalmente, por caminos divergentes, Chombart y Mela coinciden en que sea por las condiciones físicas del hábitat, sea mediante los procesos interactivos entre los sujetos que lo habitan, el espacio, es decir, la organización espacial condiciona el comportamiento humano y la acción social.

2. Acción comunicativa y acción social

Enmarcadas en las imbricaciones del entorno espacial, la acción comunicativa y la acción social constituyen elementos centrales en el tejido de la sociedad.

Lo comunicacional, en la multiplicidad de sus manifestaciones, subyace en el transfondo de las relaciones sociales, representa el hilo que hilvana la configuración de una sociedad. Se encuentra presente en la construcción de la identidad. Coincidiendo con Chombart, pensamos que

... La dinámica cultural se genera en un plano semiconsciente de la vida cotidiana. La percepción de los objetos familiares, la apropiación del espacio o la relación con el

medio ambiente inmediato tienen una repercusión en la sensación de placer que puede dar la calidad a la vida, cuando el sujeto, individuo o grupo logra eludir las limitaciones o las opresiones. Pero, sobre todo, los modos de comprensión mutua y de comunicación por medio de gestos, las formas originales de lenguaje, las expresiones del rostro y las complicidades son la expresión de vínculos afectivos... entre los habitantes de un barrio... y constituyen una primera forma de identidad colectiva, de reconocimiento de pertenencia a un mismo medio de vida (Chombart, s. f.: 393).

Sin embargo, aunque el texto anterior relaciona al sujeto tanto con el espacio físico en que habita (su espacio social), como en los procesos de comunicación interpersonal y grupal en los que participa, no se aprecia con claridad la relación existente entre acción social, comunicación y espacio urbano. En ese punto, adquiere relevancia la clasificación de la acción social propuesta por Mela (1989: 12), basada en la teoría de la acción comunicativa de Habermas.

Según esta perspectiva, se pueden distinguir cuatro formas de acción social:

La primera es la acción racional dirigida a un fin, que se define también como *actuar teleológico o estratégico*. Este consiste en una selección calculada entre las alternativas de acción, que tiene en cuenta las reacciones de los sujetos que actúan como contrapartes en la interacción, y está orientada al logro de un fin.

La segunda forma es el *actuar regulado por norma*. Es típica de los sujetos pertenecientes a un grupo social, los que orientan la propia acción con base en valores compartidos que tienen un carácter normativo dentro de cierto ámbito de interacción.

La tercera forma podría ser llamada *actuar dramático*. Es propia de sujetos que, interactuando, se configuran recíprocamente como actores frente a un público, mostrando a las contrapartes, en modo expresivo, una parte de su propia subjetividad.

Finalmente, la cuarta forma de acción es la que Habermas define como *actuar comunicativo*. Es típica de sujetos que establecen una comunicación interpersonal a través del uso de códigos de comunicación (verbal y no verbal), buscando un entendimiento en la definición común de la situación o en la coordinación de planos de acción.

Cuadro 1. Acción social-comunicación-espacio urbano

TIPOS DE ACCIÓN	SELECCIÓN DE CÓDIGOS COMUNICATIVOS	ORIENTACIÓN DE LOS SUJETOS FRENTE AL CONTEXTO ESPACIO-TEMPORAL
<i>Estratégica</i>	Uso de códigos estandarizados y controlables	Identificación y uso programado de los elementos útiles al éxito de la acción
<i>Regulada por normas</i>	Selección de los códigos con base en normas	Estructuración del ambiente con base en los ámbitos de validez de las normas
<i>Dramatúrgica</i>	Selección de los códigos con base en decisiones expresivas	Uso del simbolismo ambiental en función de la representación expresiva de la subjetividad
<i>Comunicativa</i>	Adecuación recíproca en la selección de los códigos	Interpretación del ambiente en función de la definición común de la situación

Fuente: Mela (1989:13).

Espacio urbano y redes de comunicación

En líneas precedentes se decía que Rapoport concebía la ciudad como el espacio organizativo de las comunicaciones. A su vez estos procesos de comunicación se generan en el seno de grupos que se constituyen en organizaciones sociales.

Podríamos por tanto, considerar a la ciudad como una matriz de organizaciones interrelacionadas e interactuando entre ellas. Esta interacción se concreta en el establecimiento de una compleja red informativa.

Un acercamiento a la relación entre la ciudad y las redes de información la plantea Antoine Bailly (1978: 209). “Podemos — afirma — considerar al hombre en tanto que miembro de diversas redes de información, que constituyen las organizaciones. No sólo es un habitante de la ciudad, sino que pertenece a numerosas asociaciones y organizaciones. Su situación social está constituida por una multitud de elementos, que a menudo, no tienen una relación concreta con la ciudad”.

La pertenencia a organizaciones sociales resulta central en la vida social del hombre. La inserción y por ende el conocimiento que el hombre tiene en su entorno lo recibe a través de las organizaciones. Específicamente a través de los flujos de información que transcurren en el seno de las organizaciones.

Lo esencial proviene de nuestro conocimiento, no proviene de una recepción directa de la información, sino de una recepción de segundo, o aún de tercer grado, que nos llega a través de las comunicaciones sociales. La información puede, así, ser considerada como el elemento de medida de la regularidad del comportamiento de una organización.

Bailly considera que la sociedad se estructura con base en las organizaciones que alberga y como elemento de conexión entre las organizaciones destaca el papel de los medios de comunicación. Apunta

...estas organizaciones no son más que una malla de una red de complejas comunicaciones. La estructura de las organizaciones, la del sistema urbano y la de las redes de comunicaciones están íntimamente ligadas (1978: 211).

Esta interrelación se expresa desde el nivel de la percepción individual hasta el ámbito de la comunicación masiva. En el primer estadio se puede afirmar que la percepción que el individuo tiene de su espacio urbano es resultado de un proceso informal-comunicacional.

Es menester establecer aquí una distinción entre la noción de información y comunicación, que los urbanistas frecuentemente pasan por alto. En términos generales, utilizan ambos conceptos para designar idénticos significados. Sin embargo, en una gran mayoría de los estudiosos de la comunicación social existe consenso en delimitar y diferenciar específicamente el proceso de información del proceso de comunicación.

El proceso informacional, derivado básicamente de los estudios realizados por Shannon y Weaver, conocido como el modelo matemático de la información supone una circulación del mensaje emitido por un emisor hacia determinado receptor.

... una fuente de la información, rica en un número más o menos elevado de mensajes para comunicar; un transmisor o emisor, capaz de transformar el mensaje en una señal con el objetivo de volverlo transmisible; un canal o medio que garantiza el envío de la señal; un receptor que decodifica la señal para recuperar el mensaje inicial, y, finalmente,

un destino, sea éste una persona o un ente físico, al que el mensaje se dirige efectivamente (Balle, 1989: 20).

El flujo informativo corre, pues, en un solo sentido generando un proceso unidireccional, cuya realimentación proviene básicamente del mismo emisor.

Por el contrario, el proceso comunicacional implica la interacción dinámica y sustitutiva entre un emisor-receptor y un receptor-emisor. El mensaje fluye en dos o en múltiples sentidos dependiendo si la comunicación de que se trata es interpersonal o colectiva. A diferencia de la información, la comunicación implica la posibilidad (al menos potencial) de que el receptor pueda asumir el rol de emisor. Estas cuestiones resultan importantes en el análisis de la relación espacio urbano-proceso de comunicación, como lo veremos más adelante.

Decíamos pues, que la misma percepción que el individuo tiene de la ciudad es producto de un proceso comunicacional. En principio, el lugar donde habita, las características físicas de su hogar, la fisonomía urbanística del barrio, lo bombardea de íconos significativos, que le transmiten significados que resultan cruciales en la formación de su identidad y en la delimitación de su espacio territorial. Después, en el desarrollo de sus actividades utiliza las redes físicas de comunicación (caminos, calles) al trasladarse a los diversos puntos de interés que existen en la zona urbana. En estos recorridos, el individuo percibe la fisonomía cambiante del entorno urbano, es impactado además por edificios o espacios de alto valor simbólico y acosado por los mensajes publicitarios que merodean en las esquinas o se exhiben espectacularmente en las azoteas de las construcciones. Finalmente, a su arribo al punto de interés, el individuo penetra también a un espacio (centro comercial, centro de trabajo, área de entretenimiento, casa de amigos) en el que lo comunicacional se encuentra presente.

El ejemplo en su sencillez, muestra con meridiana claridad la vinculación entre el entorno urbano y los procesos de comunicación. Aquí se deriva una importante reflexión que realiza Bailly y que constituye una visión pionera desde el campo urbanístico sobre el papel fundamental que tiene el diseñador urbano sobre los procesos de comunicación en la sociedad. Concibe al arquitecto no como creador de espacios para la habitación, o no solamente, sino principalmente como constructor de un espacio comunicacional en más amplio sentido. Es decir, de un espacio que implícitamente es comunicacional y de un espacio propicio para la realización de procesos de comunicación.

El arquitecto o el urbanista (emisor) traza la configuración, la estructura y la dimensión de los edificios (símbolo) y elige diversos materiales (medios) para alojar a personas (receptores) que van a vivir en aquellos (descifrado) (Bailly, 1978: 212).

Los elementos clásicos del proceso comunicacional los inserta Bailly en la actividad urbanística. Este planteamiento es válido en la consideración de la construcción del espacio urbano como espacio comunicacional, independientemente que en su erección hayan participado o no arquitectos especializados. Sustituyendo arquitecto por constructor, tendremos que cualquier espacio construido está preñado de significación.

Lo comunicacional, dice Bailly, permite que las actividades actúen unas sobre otras y los elementos que integran “el sistema urbano (actividades, espacios) están vinculados entre sí por medio de flujos” (1978: 214).

Desde su perspectiva, Bailly destaca la función informativa de lo comunicacional.

...las comunicaciones tienen como cometido transmitir información; únicamente la existencia de una red de comunicaciones hace posible la separación de actividades en el espacio. Las transmisiones se presentan bajo cuatro formas fundamentales: *las personas* (desplazamientos); *los materiales* (transporte); *la información* (telecomunicaciones, impresiones sensoriales); *la energía* (transporte por cable).

Ecología de la comunicación

Estos flujos integran una vasta y compleja red comunicacional urbana, impactando las características fisonómicas de la ciudad, impactando por tanto, la configuración ambiental del medio urbano, de tal suerte, que su dinámica de desarrollo y su proliferación, permiten sugerir una dimensión ecológica de la práctica comunicacional.

La ecología de la comunicación será la ciencia de las relaciones y de las interacciones existentes entre los diferentes tipos de actividades de comunicación en el interior de un dominio cerrado, actividades tales como el tiempo disponible por el individuo o como las de un conjunto social disperso en un territorio: empresa, aldea, estado, globo terráqueo... (Moles y Rohmer 1983: 78).

La ecología de la comunicación es, en primer lugar, el conocimiento de las *redes* o de los sistemas que están presentes en un dominio dado: un territorio, una agenda, un presupuesto de tiempo. Es en segundo término, el conocimiento del desarrollo de esos

dominios, de sus interacciones y de sus importancias relativas, tanto dentro de lo actos y los comportamientos del individuo, como dentro de las condiciones de vida y de agrupamiento de los seres (problemas de la concentración urbana). Una ciudad, por ejemplo, representa entre otras cosas, *cierta cantidad de decisiones por cada habitante*.

La comunicación urbana presupone la interacción entre estos tres elementos: las características del espacio urbano delimitado, la intención de los individuos para realizarla y el tiempo disponible para llevarla a cabo. Todo proceso comunicacional — interpersonal, grupal, masivo — que se realiza en la ciudad se encuentra determinado por estos elementos.

El entorno físico, entonces, influirá decisivamente en el desarrollo de la comunicación humana. Las características de la ciudad, su fisonomía, su imagen, su tamaño, su extensión y su distribución, incidirá en estos procesos, posibilitando el fortalecimiento de algunos y obstaculizando el desarrollo de otros.

El proceso de urbanización, que impacta el medio ambiente, determina también lo que podría considerarse como el medio ambiente comunicacional. La dimensión ecológica de la comunicación, es decir, la interrelación existente entre los diversos procesos (interpersonal, grupal, masiva) en términos de cuantificación, resulta severamente determinada por el entorno urbano.

En las grandes ciudades, la posibilidad de comunicación interpersonal (cara a cara) se ve fuertemente obstaculizada por la dinámica que imprime a la vida cotidiana. En una aguda observación, Moles ejemplifica este proceso en una extensa pero ilustrativa cita (1983: 83, 84, 85).

... la noción *esfuerzo de comunicación* y de interacción entre estos esfuerzos en el comportamiento humano, ha adquirido recientemente un valor crítico en las grandes aglomeraciones urbanas, en las que se aprecia un *decremento de la vida social* y de la interacción humana, de las relaciones no funcionales entre amigos, etc. A partir del momento en el que los seres dispersos en una ciudad inmensa, sometidos a las dificultades del transporte y del estacionamiento, gravado por tiempos de *puesta en comunicación* que son extremadamente elevados e ignorados por las estadísticas, comprenden que el acto mismo de transacción interpersonal está provisto de un *impuesto temporal*, mismo que le proporciona un volumen global que no tiene más que lejanas relaciones con su beneficio neto, lo que finalmente disminuye la espontaneidad.

Los seres van a disolver sus lazos y abandonar sus relaciones, especialmente las de amistad, las estéticas, y aquellas que no persiguen ninguna meta utilitaria de supervivencia o de ambición; es decir, todas las relaciones de “calor humano” que hemos agrupado bajo el nombre de *carismáticas*. El conjunto social se presenta como una

población de agregados en la que se ignoran los unos a los otros, y dentro de la cual las relaciones de vecindad disminuyen sensiblemente. La relación difusora de masa (entre otras, la televisión) toma ahora el lugar dominante en su tiempo libre o vacío, y lo satura.

La aglomeración urbana deviene en un proceso de masificación. El sujeto descubre conculcadas las características de su identidad y sin grandes asideros se hunde en el marasmo de la muchedumbre solitaria.

Esta perspectiva, documentada por la ficción novelística (Bradbury, Wells), se encuentra presente en los estudiosos del fenómeno de la comunicación masiva. Los comunicólogos (Schramm, Pasquali, Berlo) coinciden en valorizar el proceso de la comunicación interpersonal por el *alto coeficiente de comunicabilidad* que entraña. A medida que el proceso de comunicación se extiende y se alarga, el coeficiente de comunicabilidad desciende. Así, mientras que en el contacto cara a cara, el proceso comunicacional alcanza su mayor expresión, en la comunicación en el seno de los grupos y entre éstos el nivel disminuye en la medida que las restricciones para ejercer el doble papel de emisor-receptor aumenta y, finalmente, en la comunicación masiva el coeficiente de comunicabilidad se reduce a la mínima expresión.

Las características urbanas de las grandes ciudades, propician el avasallamiento de la comunicación masiva sobre los otros procesos de comunicación. Esta situación tiene serias implicaciones tanto en el campo del comportamiento individual como en la acción social desarrollada por las organizaciones sociales.

Si bien, las características físicas del entorno urbano determinan el carácter de los procesos de comunicación, también es cierto que lo comunicacional incide y determina no sólo las relaciones culturales y sociales del hombre, sino también el medio ambiente.

En la cultura actual, los códigos artificiales y las redes de comunicación creados por el hombre constituyen una realidad y una fuerza que no sólo mueve y determina el ordenamiento cultural y social del ser humano, sino que también incide, de manera cada vez más intensa y definitiva, en el orden natural para complementarlo, alterarlo o suplantarlo. El predominio de la comunicación y la información es el rasgo distintivo de la civilización en este siglo, lo cual, lejos de ser un dato anecdótico, desde el punto de vista ecológico, la ubica en función del uso y cantidad de energía empleada para producirla, como un nicho abrumadoramente activo y sobrecapitalizado, no ordenado

de manera coherente en razón de la sociedad a la cual sirve y, menos aún, al resto de los miembros del ecosistema a quienes afecta (Olea, 1989: 84).

...La red de lugares y vías de comunicación que imprime carácter al *habitat* de un grupo determinado de seres humanos se produce mediante una forma de utilización y modificación del medio ambiente, que constituye el distintivo característico de ese grupo (Wagner, 1974: 71).

La predominancia de los procesos de comunicación masiva que caracteriza la ecología de la comunicación en las aglomeraciones urbanas, impacta también el ecosistema en el que se insertan. El funcionamiento de las redes masivas consume — como lo señala Olea — una gran cantidad de energía, lo cual repercute necesariamente en el entorno ambiental.

Globalmente, producir la información que requieren las sociedades contemporáneas consume hoy día el 72% de los recursos disponibles y continúa en aumento sin que se vislumbre un límite previsible...En los países más desarrollados, la energía aplicada a la emisión de publicaciones, los programas de radio, televisión y cine empleados en la educación y el esparcimiento, así como la publicidad y la propaganda, consumen las dos terceras partes de los recursos asignados para ello en todo el planeta (1989: 84).

La importancia que adquieren los medios masivos en el seno de la comunicación urbana, se expresa principalmente en dos aspectos. Por una parte, los medios masivos son un producto directo del crecimiento urbano, como lo apunta Daniel Lerner

La urbanización viene primero, pues las ciudades por sí mismas han desarrollado la complejidad de las destrezas y los recursos que caracterizan la economía industrial moderna. Dentro de esta matriz urbana se desarrollan los atributos distinguidos para estas dos fases, capacidad de leer y escribir y el desarrollo de los medios de comunicación...No antes de la tercera fase, cuando la tecnología elaborada del desarrollo industrial avanza favorablemente, la sociedad empieza a producir periódicos, cadenas de radio y cinematografía en escala masiva. Esto, a su turno, acelera la difusión de la capacidad de leer y escribir. En esta interacción se desarrollan aquellas instituciones de participación... las cuales podemos encontrar en todas las sociedades modernas (Citado por Lérbinger, 1979: 176).

Por la otra, desde su nacimiento, los medios de comunicación han llegado a subordinar todos los otros procesos. La devastación de los procesos interpersonales

que documentaba Moles en páginas precedentes, es solamente una consecuencia de este predominio, el cual no solamente arrasa con las formas tradicionales de comunicación sino que su acción trasciende al ámbito de la concepción de la realidad, penetrando de lleno en el mundo de las ideologías.

Ciudad de masas y comunicación masiva

Esta situación, sobre la que abundan los estudiosos de la comunicación, no escapa a la visión de los urbanistas, que desde la perspectiva ambiental analizan la acción de los medios. Es el caso de Olea cuando afirma

... en una sociedad que finca su estructura en la masificación de los medios informativos, más que en el intercambio directo de bienes y personas, el carisma se desplaza hacia los medios que codifican y dirigen el consumo. Con ello eliminan la relación directa y crean una mediatización entre la realidad y quienes la viven mediante tales códigos; así se propicia la confiscación y la determinación del orden simbólico, que en última instancia se confiere a todas las cosas, para hacer de ello valores subordinados a los supersignos ideológicos del poder, los cuales cobrarán con el tiempo la universalidad e intolerancia de los principios eternos (1989: 85).

El impresionante auge desarrollado por los medios de comunicación ha producido consecuencias profundas en los procesos de comunicación. Indudablemente, el descubrimiento de la utilización del espacio electromagnético para construir redes de comunicación, provocó una revolución fundamental en las relaciones sociales. Los conceptos de espacio y tiempo adquirieron un nivel de relatividad nunca antes alcanzado. A las vías de comunicación existentes en los espacios urbanos, se añadieron otras líneas que incrementaron sustancialmente las dimensiones y complejizaron las redes de comunicación. Las telecomunicaciones y la difusión masiva modificarían radicalmente el carácter de los procesos de comunicación realizados en el espacio urbano.

En la década de los sesenta, el filósofo canadiense Marshall Mc Luhan, preconizaba la era de la informatización, cuyo punto central era la concepción de los medios de comunicación (en la más amplia acepción del término, que incluye el automóvil, el teléfono, el vestido y obviamente la radio y televisión) como extensiones del aparato sensorial del hombre. Los medios — decía Mc Luhan — no son vehículos para la circulación de mensajes, los medios son el mensaje. Esta concep-

ción, que otorgaba un carácter casi omnipotente a los medios, concordaba y era la expresión más acabada de las teorías emanadas de los primeros estudios sobre la influencia y los efectos de los medios de comunicación masiva en la sociedad. Específicamente la denominada teoría de la bala o de la aguja hipodérmica que, basada en la concepción de la sociedad de masas, destacaba el poder de los medios enfrentados a un individuo indefenso y masificado.

Esta visión concordaría a su vez con la perspectiva emanada de la filosofía marxista sobre los procesos de comunicación masiva. La visión aterradora de 1984 de George Orwell, sería la exageración de esta concepción que detectaba en los medios una monumental arma ideológica, cuya función particular sería la de manipular a las conciencias.

En contraste, desde una perspectiva integrista, soportada teóricamente por el enfoque funcionalista, se concibe a los medios masivos como resultado del progreso tecnológico industrial de la sociedad capitalista. Argumentan en su defensa las bondades que proporcionan al desenvolvimiento de las relaciones sociales y destacan la amplia cobertura que abarcan en la realización de sus funciones sustantivas: información, entretenimiento y educación.

Por otra parte, se presenta la demanda ingenua que pugna por el retorno de formas de comunicación que resultan inviables en el seno de las grandes ciudades. Frente a tales posturas se precisa la necesidad de desideologizar y desmitificar el fenómeno. Es necesario establecer el carácter instrumental de los medios de comunicación masiva y señalar su autonomía relativa frente a las determinaciones socio-estructurales en las que se encuentran. Su función vehicular, no se encuentra fatalmente sometida a la estructura de propiedad. Los mensajes difundidos por el medio son susceptibles de múltiples decodificaciones.

Si intentáramos esquematizar los procesos de comunicación en el espacio urbano, tendríamos una multiplicidad de contactos interpersonales (familia, amigos, vecinos, compañeros) que se realizan en el contexto de procesos grupales (iglesias, organizaciones, clubes, escuelas) inmersos todos ellos en los procesos de comunicación masiva.

Los procesos de comunicación relacionados con los medios masivos, resultan, inquestionablemente, la forma comunicacional más importante en las grandes concentraciones urbanas.

Referencias bibliográficas

- BAILLY Antoine S. (1978): *La organización urbana. Teorías y modelos*. Madrid: Ed. Institutos de Estudios de Administración Local.
- BALLE Francis (1989): *Comunicación y sociedad*. Colombia: Tercer Mundo Editores.
- CAMBEROS GARIBI Jorge (1992): *Sociedad, medio ambiente y configuración urbana*. Tesis de Maestría. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- CHOMBART DE LAUWE Paul Henry (s.f.) "Opresión, subversión y expresión en la vida cotidiana". (s.d.).
- CLAVAL Paul (1982): *Espacio y poder*. México: Fondo de Cultura Económica.
- DAVIES Kingley (1976): *La ciudad: su origen, crecimiento e impacto en el hombre*. Madrid: Ed. Blume.
- DAVIS Flora (1985): *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial.
- DAY R. H. (1981): *Psicología de la percepción humana*. México: Ed. Limusa.
- EIB-EIBESFELDT Irenaeus (1973): *El comportamiento animal*. Barcelona: Ed. Salvat.
- GALLOPIN Gilberto (1982): "El ambiente humano y la planificación ambiental". En *Medio ambiente y urbanización*. Buenos Aires: Ed. CLACSO/CIFCA.
- GEHL Jan (1980): "Calidades de las ciudades y actividades urbanas". En *El peatón en el uso de las ciudades*. México: Ed. INBA.
- HALL Edward T. (1986): *La dimensión oculta*. México: Ed. Siglo XXI.
- (1989): *El lenguaje silencioso*. México: Alianza Editorial Mexicana/CNCA.

LERBINGER Otto (1979): *Diseños para una comunicación persuasiva*. México: Ed. Manual Moderno.

LYNCH Kevin (1984): *Imagen de la ciudad*. México: Ed. Gustavo Gili.

MAFFESOLI Michel (1989): "La hipótesis de la centralidad subterránea". *Diá-Logos de la comunicación* Núm. 23. Lima: FELAFACS.

MC LUHAN Marshall (1985): *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México: Ed. Diana.

MELA Antonio (1989): "Ciudad, comunicación, formas de racionalidad". *Diá-Logos de la comunicación* Núm. 23, Lima: FELAFACS.

MOLES Abraham y Elizabeth ROHMER (1983): *Teoría estructural de la comunicación y la sociedad*. México: Ed. Trillas.

OLEA Óscar (1989): *Catástrofes y monstruosidades urbanas*. México: Ed. Trillas.

PESCI Rubén (1982): "Espacios abiertos y calidad urbana". En *Medio ambiente y urbanización*. Buenos Aires: CLACSO/ CIFCA.

PROSS Harry (1980): *Estructura simbólica del poder*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.

SCHRAMM Wilbur (1977): "La naturaleza de la comunicación entre los humanos". *Cuadernos de la Comunicación* Núms. 19 y 20. México.

VANDENBERGHE Pierre (1989): *El hombre en sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.

WAGNER Phillip (1974): *El uso humano de la Tierra*. Madrid: Ed. Instituto de Estudios de administración Local.