

universidad
verdad

Nº 13

COMUNICACION
Y CALIDAD DE VIDA EN LA CIUDAD

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

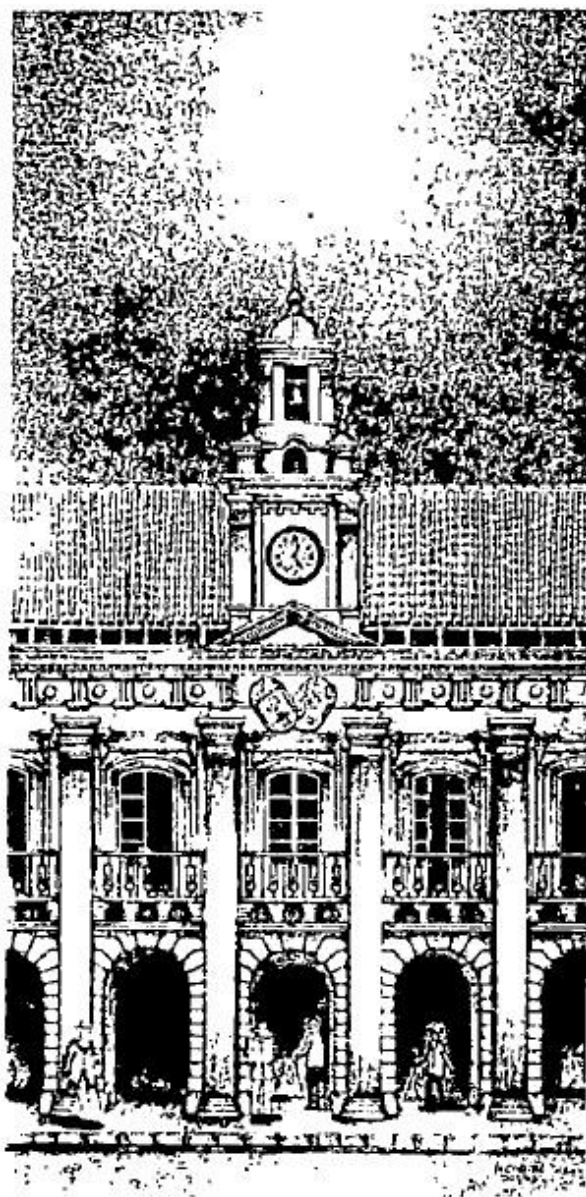
UNIVERSIDAD - VERDAD



REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

N° 13

Abril de 1994



Piedrad Cortez.

Antigo Palacio Municipal

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Dr. Mario Jaramillo Paredes

Rector

Monseñor Luis Alberto Luna Tobar

Canciller

Dr. Leonardo Moreno Aguilar

Vicerrector

Dr. Jorge Paredes Roldán

Decano General Administrativo

Dr. Raúl Córdova León

Decano de Investigaciones

UNIVERSIDAD-VERDAD

Revista de la Universidad del Azuay

Dr. Claudio Malo González

Director

La responsabilidad por las ideas expuestas en esta revista
corresponde exclusivamente a sus autores.

Se autoriza la reproducción del material de esta revista y se pide citar
la fuente.

Canjes y donaciones: Biblioteca "Hernán Malo González" de la
Universidad del Azuay

Av. 24 de Mayo 7-77 y Hernán Malo

Apartado Postal 981

Teléfono 881333

Cuenca-Ecuador

CONTENIDO

Carta de Cuenca, por una ciudad solidaria	9
COMUNICACIÓN Y CALIDAD DE VIDA EN LA CIUDAD	
Alejandro Alfonzo	15
PLANIFICACIÓN URBANA Y COMUNICACIÓN	
Ignacio Basombrío Zender	39
LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN EL DESARROLLO URBANO	
Ing. Marcelo López Arjona	55
LOS IMAGINARIOS URBANOS EN AMÉRICA LATINA	
Armando Silva	65
COMUNICACIÓN, CULTURA Y CIUDAD	
Dra. Sandra Correa de Garcés	79
COMUNICACIÓN Y MERCADO POLÍTICO	
Rodrigo Paz Delgado	87
EVARISTO: UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA LA CIUDAD DE QUITO	
Edgar Numa Cevallos Rosales	103
DECLARACIÓN DE ROSARIO POR EL DERECHO A LA CIUDAD	111

LOS AUTORES

ALEJANDRO ALFONZO

Consejero Regional de la UNESCO en Comunicación para América Latina

IGNACIO BASOMBRIO ZENDER

Ex Ministro de Planificación del Perú

MARCELO LÓPEZ ARJONA

Secretario General de ASETA

ARMANDO SILVA

Profesor Titular de la Universidad Nacional de Colombia en la Facultad de Artes y Arquitectura

SANDRA CORREA DE GARCÉS

Representante de la Subsecretaría de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador

RODRIGO PAZ DELGADO

Ex Alcalde de Quito

EDGAR NUMA CEVALLOS ROSALES

Director Creativo de CINE ARTE

Carta de Cuenca, por una ciudad solidaria

Durante los días 6, 7 y 8 de julio de 1993 se celebró en Cuenca, Ecuador, el Seminario Comunicación y Calidad de Vida en la Ciudad, organizado por la Universidad del Azuay, el Instituto de Estudios de Régimen Seccional del Ecuador -IERSE- con el auspicio de la Fundación Hanns Seidel, el I. Municipio de Cuenca, la Fundación Cánovas del Castillo, y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Este evento constituyó una valiosa experiencia y un calificado espacio para reflexionar y aportar ideas, críticas e iniciativas sobre las posibilidades que tiene la comunicación, en su más amplio sentido, de coadyuvar a mejorar la calidad de vida, la relación humana, el desarrollo urbano, la creatividad cultural, la participación social y la gestión del gobierno local en las ciudades de América Latina y particularmente en el Ecuador.

Las sociedades urbanizadas de la región, que en el año 2000 albergarán 400 millones de habitantes, enfrentan una seria crisis que, si bien es más notoria en las grandes metrópolis, algunos de sus impactos también comienzan a sentirse en los núcleos ciudadanos de mediano tamaño.

Esta problemática de la ciudad está caracterizada por crecimiento y expansión desmesurados y desordenados, quiebre de sus servicios básicos, aumento y congestión de tránsito "sucio", pauperización, marginalidad, violencia, dificultades para manejar el "metabolismo de las ciudades", degradación ambiental creciente junto a una contaminación sónica y visual. Igualmente lo urbano es aguijoneado por la falta de espacios para la recreación pública y el ornato, lo injusto e inadecuado de la gestión del suelo urbano y la división territorial, y dificultades en la organización y fortalecimiento de la sociedad civil. Todo ello trae como

consecuencia que el ciudadano sufra un impresionante deterioro de su calidad de vida y una pérdida lamentable de su derecho a la ciudad.

Conjuntamente con las peculiaridades urbanísticas, demográficas, políticas, organizativas, arquitectónicas, culturales y de prestación de servicios, además de su complejidad como conglomerado humano, la ciudad constituye un centro de información y en cierto sentido un medio de comunicación especial, condición ésta que por cierto es también afectada por la crisis antes advertida, por ejemplo, debido a la pérdida de ubicación y de identidad como persona que suele sufrir el habitante de la ciudad, el detrimento de su capacidad relacional, la falla en su cualidad para predecir su medio ambiente y la búsqueda del dato y la información que le permitan tomarlas decisiones cotidianas y trascendentes a que está sujeto. Asimismo, el ciudadano enfrenta una disminución cognoscitiva de las referencias históricas, geográficas, culturales, físicas, etc. que lo unen y vinculan con su urbe. También la relación ciudad-ciudadano se ha vuelto hostil tanto por el cúmulo de mensajes negativos que aquella genera a éste, como por la desaparición de canales de comunicación naturales (plazas, parques, zonas peatonales, museos, etc.), de información administrativa y de servicios e incluso de comunicación social. Por lo demás son muy grandes las dificultades para garantizar a los ciudadanos servicios públicos de comunicaciones (sobre todo radioeléctricos), de telecomunicaciones y de correos.

El progreso del área urbana, el fortalecimiento de la capacidad de administración y ejecución de las alcaldías, una mayor participación y la asunción de un papel más protagónico por parte de la sociedad civil en los asuntos públicos de la ciudad constituyen elementos fundamentales dentro de un proceso adecuado de reforma y modernización del Estado. La consolidación del sistema democrático pasa por el perfeccionamiento y puesta en práctica de políticas locales. De allí que, por ejemplo, la descentralización, objetivo para lograr un desarrollo más armónico y equilibrado, no es solo una opción administrativa; requiere de una progresiva transparencia del poder político, de recursos económicos y de capacidad de gestión desde las estructuras centrales del poder civil y

los gobiernos regionales y locales. De igual modo es imprescindible el uso acertado de la comunicación. Así, la gestión municipal tiene que estar abierta y receptiva a la participación ciudadana a través de diferentes mecanismos, en especial de información y comunicación, para que aquella pueda expresar sus preocupaciones y aspiraciones, como también dar aportes concretos para la construcción y mejoramiento permanentes de la sociedad urbana.

Para la búsqueda de soluciones y para la toma de medidas conducentes a aquellas, y plenamente identificados con el espíritu y razón de este encuentro, los asistentes al seminario Comunicación y Calidad de Vida en la Ciudad nos permitimos recomendar a los organismos públicos nacionales, provinciales y locales, así como a los partidos políticos, organizaciones no gubernamentales, la Iglesia, universidades, agencias de las Naciones Unidas, etc. las siguientes acciones:

1. Evitar en la medida de lo posible las contingencias y apresuramientos con miras a analizar más pausadamente el problema desde puntos de vista integrales, que tomen en su debida cuenta las componentes antropológico-culturales, económicos, jurídicos, de identidad, de de-sacralización del espacio y otros factores que intervienen en los procesos de crecimiento desmesurado de las ciudades latinoamericanas.

2. Asumir con realismo, todo el peso que tienen en la región la cada día más injusta distribución de las riquezas, la relativa pobreza de sus naciones, la presión demográfica, el fracaso del centralismo administrativo, la corrupción y la poca tradición en materia de servicios públicos.

3. Tomar en cuenta el criterio general de que hay una complementariedad e influencia recíproca entre el tejido arquitectónico urbanístico de la ciudad, las diversas formas de comunicación que tienen lugar en ésta y el tejido social de sus habitantes.

4. Recuperar y reforzar, sobre todo en las urbes grandes y hacinadas, los llamados "valores de solidaridad" (educación, salud,

asistencia social, transporte y comunicaciones, esparcimiento, etc.) en sus formas pública y no especulativa.

5. Promover la discusión y el estudio sistemático del tema comunicación y ciudad en todos los ámbitos posibles de América Latina. En tal sentido, hacemos propio lo expresado en el texto de la Declaración de Rosario por el Derecho a la Ciudad (Rosario, Argentina, agosto de 1992): "Que las instituciones especializadas de América Latina, las universidades, los organismos y convenios de cooperación regionales, las intendencias o alcaldías lleven a cabo de manera sistemática un mayor número de investigaciones y análisis acerca de las características y dinámica comunicacional en la ciudad con especial énfasis en los medios, fuentes y mecanismos de comunicación e información que utilizan los ciudadanos para predecir su entorno e interrelacionarse con sus conciudadanos y el medio urbano; y, por otra parte, acerca de las posibilidades de que la arquitectura, el reordenamiento urbano, la conservación del medio ambiente geográfico y físico, el patrimonio artístico y cultural, etc. puedan ser debidamente utilizados para mejorar las posibilidades de comunicación de la ciudad con y para sus habitantes". Por tanto, hacemos un llamado a las universidades, organismos internacionales, gobiernos de la región, parlamentos y en especial alcaldías para que, por una parte, promuevan un mayor número de investigaciones y análisis acerca de las características y dinámica comunicacional de la ciudad con especial énfasis en los medios, fuentes y mecanismos de información que utilizan los ciudadanos; y, por la otra, tomen a la actividad comunicacional global como un indicador válido de la calidad de vida urbana.

6. Invitar a los señores alcaldes a considerar incorporar la comunicación como factor de primer orden en la planificación y administración de la ciudad mediante el diseño y ejecución de políticas de comunicación para el desarrollo urbano, tomando en cuenta que el poder municipal en América Latina ha experimentado una favorable transformación durante los últimos años, y no obstante que es necesario hacer nuevos y mayores esfuerzos para su consolidación.

7. Sugerir de igual forma a los señores alcaldes fortalecer los medios de comunicación social propios del gobierno local donde existan o procurarlos y desarrollarlos en la medida de las posibilidades presupuestarias, legales y técnicas a fin de que coadyuven a los esfuerzos de información ciudadana, convivencia social, amistad cívica y promoción cultural. Se trata, pues, de recuperar a nivel municipal los servicios impresos y radio-televisivos públicos, despolitizados, con alta calidad profesional y de contenidos, de marcada utilidad social y eficiente administración que refuercen el tejido social urbano, creen espíritu de pertenencia a una colectividad, estimulen el amor hacia esta y constituyan una alternativa local válida a la presencia de los demás medios o sirvan de complemento a estos.

8. Recuperar cuantitativa y cualitativamente los llamados espacios públicos urbanos; esto es, aquellos lugares de la ciudad que favorezcan desinteresadamente el trato interpersonal y el sentido de pertenencia a una comunidad específica.

Finalmente los asistentes a este encuentro de Cuenca acordamos:

Primero, felicitar muy calurosamente a la Universidad del Azuay y al Instituto de Estudios de Régimen Seccional del Ecuador (EERSE) por la organización del seminario e igualmente a las instituciones que de manera tan entusiasta lo auspiciaron y promovieron.

Segundo, manifestar nuestro agradecimiento al I. Municipio de Cuenca, especialmente al señor Alcalde y demás integrantes del gobierno municipal, por la magnífica recepción y hospitalidad de que fuimos objeto durante nuestra permanencia en la ciudad de Cuenca.

Tercero, reiterar muy deferentemente nuestra solicitud al Gobierno Nacional, al Congreso de la República, a la Asociación de Municipalidades, a las universidades, partidos políticos, Iglesia, alcaldías y organizaciones no gubernamentales para que estimulen, motiven y ejecuten programas de investigación y desarrollo acerca del tema Comunicación y Ciudad.

Cuarto, invitar a los medios de comunicación social de todo el país a redoblar sus esfuerzos para constituirse en redes y mecanismos de información y diálogo en el ámbito de las ciudades, teniendo en cuenta que el acontecer cotidiano y trascendente de la ciudad puede ser un valioso factor que vincule al ciudadano con su medio. En tal sentido creemos que las aspiraciones, esperanzas, soluciones, creatividad y posibilidades de la ciudad son hechos en torno a los cuales se debe procurar conformar y promover un ambiente de opinión más propicio y optimista -convencidos de que tales hechos son noticias con bases reales- que contrarreste el impacto negativo que la crisis y los problemas de la ciudad están ocasionando en sus habitantes.

Quinto, solicitar Cordialmente a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que continúe su entusiasta y útil esfuerzo y trabajo sobre Comunicación y Ciudad en América Latina, especialmente en lo relativo al auspicio de reuniones técnicas como la realizada en Cuenca por el valioso aporte intelectual que ellas dan al tema que nos ocupa, y el apoyo a proyectos nacionales y regionales acerca de esta materia, particularmente a aquellos que involucren a las alcaldías. Asimismo, instar a los organismos de cooperación intergubernamental regional y a otras agencias y programas de las Naciones Unidas a que presten todo el soporte posible al diseño, ejecución y evaluación de proyectos en el área de comunicación para el desarrollo urbano, así como a las actividades de investigación que esta labor implica.

Sexto, solicitar muy respetuosamente al señor Rector de la Universidad del Azuay, doctor Mario Jaramillo Paredes, sus buenos oficios para que el presente documento, alcance una amplia y oportuna circulación y conocimiento en las diferentes instancias del Ecuador, en los demás países latinoamericanos y en los organismos internacionales pertinentes.

Dado en Cuenca, Ecuador, el 8 de julio de 1993

COMUNICACION Y CALIDAD DE VIDA EN LA CIUDAD

Alejandro Alfonzo¹

1. La comunicación y la ciudad como temas de las Naciones Unidas

Las Naciones Unidas y particularmente la UNESCO han mostrado una permanente preocupación por lo urbano, sus necesidades y su desarrollo. Así, en diversas ocasiones y en variados documentos los organismos internacionales han dejado oír sus alertas y criterios pero también -y en un alto grado- han planteado soluciones y realizado aportes técnicos y económicos muy significativos para respaldar acciones de los gobiernos en el área de población.

Algunos ejemplos de estas ejecutorias son la Declaración sobre la Población y el Medio ambiente surgida de la reunión convocada por el Fondo de Población de las Naciones Unidas (FNUAP) en marzo de 1991. En este texto se afirma que "a medida que el ritmo de urbanización persiste y no disminuye, es probable que las tecnologías que agotan los recursos, los estilos de vida que generan una excesiva cantidad de desperdicios y las prácticas económicas que a menudo entran en conflicto con la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible ejerzan efectos sin precedentes sobre nuestra atmósfera, nuestras tierras y bosques, nuestros recursos minerales y energéticos, nuestros océanos y la calidad de nuestra vida".² Precisamente en su último informe (1992) sobre el *Estado de la Población Mundial* el FNUAP señala que la mayoría de las migraciones interiores de los países en desarrollo en la actualidad tienen como destino las ciudades. El crecimiento desmesurado de las zonas urbanas se nutre no solo de su propia población sino también de los excedentes procedentes de las reas rurales. Por otra parte, este documento apunta que tradicionalmente las ciudades han sido centros de comercio, ciencia y cultura. Pero en todos los casos de crecimiento urbano acelerado, una vez superado un cierto umbral de población se han registrado consecuencias negativas en términos de criminalidad, hacinamiento y contaminación.

En lo que a UNESCO respecta es de resaltarlo anotado en su Tercer Plan a Plazo Medio: "El proceso de urbanización es una de las principales preocupaciones de las autoridades de numerosos países y, en particular, de los países en desarrollo. Se trata de un fenómeno universal e irreversible que a finales de siglo afectará a casi la mitad de la población del planeta y cuyos efectos económicos, sociales y culturales serán difíciles de controlar en muchos casos"; así, la Organización promueve acciones de investigación en tomo a los *cambios demográficos y urbanización, las interacciones entre urbanización y éxodo rural y el futuro de las ciudades frente a los desafíos sociales y culturales*.³

2. La ciudad como problema

No es novedad afirmar que la ciudad latinoamericana está en crisis pero nunca es inoportuno reiterarlo. Tal crisis es dramáticamente descrita por el argentino Francisco Liernur. *"La metrópolis contemporánea, con su entropía, con la reducción a dimensiones ridículas de los antiguos centros, á lo que se añade su estallido y multiplicación en múltiples núcleos periféricos es ya, de hecho, algo nuevo en la historia humana. Ningún destino de unidad y de orden le espera en ningún futuro"*. Por su parte la Conferencia Episcopal Latinoamericana reunida en Santo Domingo al señalar que la ciudad constituye de hecho el paso de la cultura rural a la cultura urbana advirtió que en ella *"se altera la forma con la cual en un grupo social, en un pueblo, en una nación, los hombres cultivan su relación consigo mismos, con los otros, con la naturaleza y con Dios"*.⁴ Así, las sociedades urbanizadas son objeto cada vez con más frecuencia de fuertes y generalmente justificadas críticas. En efecto, las ciudades están sumidas en grandes dificultades por diversos factores y causas: crecimiento y desarrollo desmesurado, quiebre de sus servicios básicos, congestionamiento de tránsito "sucio", pauperización, marginalidad, violencia, dificultades para manejar el metabolismo de las ciudades,⁵ degradación ambiental creciente junto a una "contaminación visual". Otras calamidades son la escasez de agua potable y medidas adecuadas de saneamiento y las relativas a distribución de alimentos, energía, vivienda, espacio,

telecomunicaciones y correo. Así mismo, se ve afectada la condición para el ejercicio de la convivencia y la comunicación entre las personas. Otros factores que afectan seriamente la calidad de vida en la ciudad son los altos niveles de ruido ocasionados por el tráfico vehicular y aéreo, cambios en el microclima local, pérdida de la calidad del aire, alteración del entorno natural circundante. También se añaden a esta lista la falta de espacios para la recreación pública y el ornato, la crisis de la gestión del suelo urbano y la división territorial, dificultades en la organización y desarrollo de la sociedad civil. Así, el crecimiento de estos inmensos núcleos urbanos plantea graves problemas a los planificadores y administradores en virtud de que los servicios resultan insuficientes, proliferan los barrios marginales y los asentamientos de ocupantes sin títulos, crece la inseguridad y la *incomunicación*.

Algunas investigaciones indican que el tamaño aceptable de la población para una ciudad es el de **1 millón** de habitantes; por encima de ésta cifra la demanda excesiva de servicios y vivienda alimenta progresivamente y, en consecuencia, disminuye la capacidad de los gobiernos locales para satisfacerlas. Este **malestar urbano** propio de las metrópolis ya comienza a vivirse con manifestaciones preocupantes en las ciudades medias.

La población urbana total de los países en desarrollo aumentó de 286 millones de personas en 1950 a más de 1,500 millones en 1990 (lo cual representa un aumento del 526 %).⁶ Se prevé que para el año 2025 llegar a 4,400 millones (o sea otro aumento del 293% con respecto a la cifra de 1990). El crecimiento desmesurado de las ciudades es uno de los hechos demográficos de mayor impacto en los tiempos actuales. Incluso muchas comunidades urbanas están creciendo dos veces más rápidamente que las poblaciones nacionales. Este proceso está ocurriendo en su mayor parte en los países subdesarrollados. Así, de las **20 megaciudades** (con más de **8 millones** de habitantes cada una) que existen en el mundo, **14** se encuentran en países en vías de desarrollo, los cuales en 1950 no contaban con ninguna. Por otra parte, fuentes autorizadas estiman que para el año **2000** el número de habitantes de las ciudades del planeta será de **2,000 millones**, de los cuales 400 millones corresponderán a Latinoamérica. En la ciudad

de **México** viven apiñadas **18 millones** de personas, lo que equivale a sumar las poblaciones de Suecia, Noruega y Dinamarca. Otros ejemplos dramáticos en la región son los de **Sao Paulo, Buenos Aires, Río de Janeiro, Santafé de Bogotá** y **Caracas**. La mayoría de las migraciones interiores de los países en desarrollo tienen actualmente como destino las ciudades. Estos fenómenos migratorios en especial ocasionan un gran impacto en América Latina y el Caribe cuyas ciudades albergan hoy el **73%** de la población de la región, lo que se traduce en la mayor proporción de zonas urbanas del mundo en desarrollo.

Allí se calcula que más de 1,000 millones de personas viven en ambientes tan contaminados que el aire es irrespirable. De cada 100 nuevas familias que se establecieron en las zonas urbanas de los países en desarrollo en la segunda mitad del decenio de 1980, 72 habitaban en viviendas improvisadas y barrios de tugurios. Se estima que en la actualidad 1,200 millones de personas (60% de los habitantes de las zonas urbanas del tercer mundo) viven en asentamientos precarios. Aun así el número de familias urbanas del mundo en desarrollo que carecía de agua limpia aumentó de 138 millones en 1970 a 215 millones en 1988 y el de las familias sin servicios de saneamiento adecuados aumentó de 98 millones a 340 millones, o sea en un 247%. En el mundo en desarrollo en general casi el 70% y a veces hasta el 95% de todas las nuevas viviendas urbanas son en cierta medida "ilegales".

Otro aspecto que llama la atención es que durante los últimos 20 años, según el FNUAP, la población de mujeres de las zonas urbanas de todo el mundo aumentó en **71%** (contra solo 23% en las reas rurales). En América Latina y el Caribe la cifra pasó del **53%** al **73 %**. Por otra parte, el número de mujeres que habita las ciudades de la región supera al de hombres en una relación de **107 a 100**. Lo contrario sucede en África (**95:100**) y Asia y el Pacífico (**91:100**). En América Latina la mayoría de los **migrantes** son niñas menores de **15 años**. Lo mismo ocurre en algunos países africanos como Ghana y Marruecos, y asiáticos como Bangladesh. Pero a pesar de las vicisitudes que padece la mujer urbana, especialmente la migrante, ello se ha constituido en una gran fuerza movilizadora para alcanzar soluciones permanentes a los problemas de instalación y

desarrollo de la familia, obtención de vivienda y dominio del hábitat. Así, varios estudios han establecido que, durante las últimas décadas, en América Latina el entorno de las ciudades y su mejoramiento se han convertido en cuestión de mujeres. Por otra parte, las mujeres organizadas -en ONGs, Iglesia, clubes, asociaciones, etc.- se han convertido en factores sociales importantes y han conquistado lo que algunos autores llaman la ciudadanía urbana femenina. Casos típicos son los de Venezuela, México, Perú, Chile, Colombia y Argentina.

Las causas de todos los agudos problemas urbanos son políticas, económicas, históricas, culturales e incluso por situaciones bélicas internas. El último Informe del Club de Roma⁷ considera por ejemplo que si bien se puede reducir la despoblación rural es imposible detenerla por completo y para ello argumenta, por una parte, que las ciudades ejercen una poderosa atracción sobre la población rural joven, que desea huir de una pobreza insoportable; para estos jóvenes las ciudades representan la esperanza. Por otra parte, cualquier progreso en el área de la producción agrícola priva de trabajo a un creciente porcentaje de jóvenes. La variedad de análisis puede ser muy amplia pero no es ahora el momento de profundizar en ella; lo que sí es oportuno es señalar que como consecuencia de esta crisis el **ciudadano** sufre un impresionante deterioro de su **calidad de vida** y una pérdida lamentable de su **derecho a la ciudad**. Tal calamidad ha llevado a Antonio Fernández Alba a preguntarse ¿por qué la morada del hombre constituye un proceso destructivo? El desarrollo de la técnica -se interroga de nuevo Fernández- ¿es solidario con la destrucción de la idea, la estructura y el espacio de la ciudad? Somos **ciudadanos sin ciudad**, concluye dramáticamente este autor.⁸

3. Calidad de vida y vida urbana

Es complejo definir el término **Calidad de Vida** en grados que sean "universalmente" aceptables. Es un concepto ligado a campos tales como la ecología, la economía, la educación, la prestación de servicios, la conservación del ambiente, el urbanismo, limpieza, vivienda, espacio, salud, seguridad, alimentación, etc. Así, son varios los esfuerzos metodológicos que se han realizado para

investigar y dar contenido al concepto **calidad de vida** y su medición; por ejemplo, Norman Dalkey⁹ proponía en un artículo publicado en 1970 el siguiente listado de "Factores importantes para la calidad de vida": (a) salud, bienestar, longevidad, supervivencia; (b) actividad significativa, empleo, trabajo, realización; (c) libertad, gama de opciones, correspondencia en el tiempo entre intereses y actividades, ocio; (d) seguridad, estabilidad, libertad de amenazas, paz de espíritu; (e) novedad, variedad de estímulo, excitación, riqueza de experiencia; (f) status, influencia, posición social, dominio, poder respeto; (g) sociabilidad, afecto, participación, mutualidad, respuesta, amistad, amor, pertenencia; (h) consumo, comodidad, renta, buenas cosas, riqueza; (i) agresión, auto afirmación, ira, liberación de frustración, competencia.

Podemos hablar de calidad de vida -dice J. M. Bengoa- cuando en forma suficiente se satisfacen tres tipos de elementos: los componentes relativos al desarrollo biológico (salud y nutrición, fundamentalmente), nivel adecuado de satisfacción de las necesidades básicas extrabiológicas de desarrollo social (educación, vivienda, empleo, vestido, seguridad social) y un ambiente natural, ecológicamente equilibrado, en el que todo hombre pueda gozar de una naturaleza sana, amable, digna y limpia. Para L. Levy y L. Anderson por calidad de vida se debe entender *"una medida de bienestar físico, mental y social, tal y como la percibe cada individuo y cada grupo, y de felicidad, satisfacción y recompensa,"*¹⁰ Para Dalkey la calidad de vida ha casi suplantado a los conceptos "felicidad" y "bienestar". *"En los estudios actuales sobre política urbana y doméstica la frase es algo menos ;sensiblera que 'felicidad' y está algo menos gastada que 'bienestar' (...) La expresión se utiliza sobre todo como 'slogan': como una llamada a pensar más".*¹¹ Por su parte, el psicólogo Roberto Zapata al abordar el concepto hace el siguiente análisis: en una época que viene definida, por una parte, por el auge industrial y, de otra parte, por la pobreza masiva y por la destrucción ecológica se hace necesario encontrar una nueva relación , entre los intereses individuales, de particulares y Estados, y los intereses del bien, común de todas las sociedades. La **calidad de vida** -continúa Zapata- se refiere a que las posibilidades de desarrollo no sólo han de darse en grupos y naciones particularizados sino de manera equivalente a todos los hombres. Así, el concepto de **calidad**

de vida marca una meta de orientación general para el campo sociopolítico y expresa, al mismo tiempo, un malestar, una crítica a los medios utilizados hasta ahora de planificación, progreso, desarrollo.¹² Finalmente, para Zapata la **calidad de vida** en una sociedad "sería el grado en que las condiciones de dicha sociedad permiten a sus miembros realizarse, de acuerdo con los valores ideológicos establecidos, proporcionándoles una experiencia subjetiva satisfactoria de su existencia".¹³

La **calidad de vida** se asocia usualmente al *consumo* y a los principales determinantes económicos de éste: nivel y distribución del ingreso, empleo, capacidad para producir lo que es necesario, formas de acceso de la población a bienes y servicios, etc. Incluye también factores no estrictamente mercantiles como los de seguridad social, uso y disfrute del tiempo libre, calidad y disponibilidad de los servicios públicos, componentes intangibles de la "vida cotidiana", efectos indirectos (positivos y negativos) del desarrollo, beneficios sociales difusos de la educación, etc.¹⁴ Todo lo anterior vincula en definitiva el concepto calidad de vida con las necesidades humanas, las cuales están relacionadas, en su manera de ser percibidas, identificadas y satisfechas con lo cultural y la escala de valores de cada individuo y grupos de individuos; mediante esta última se define y juzga "lo que son mis necesidades y la forma de satisfacerlas". Esta relación de por sí plantea una situación compleja y generadora de conflictos, cuando esta no es armónica, que afecta el devenir de cualquier conglomerado y en especial al que se desarrolla en los espacios urbanos.¹⁵

Ahora bien, una forma práctica de señalarlas consecuencias de la crisis de la ciudad es la de advertir cómo ésta afecta negativamente la calidad de vida del ciudadano. Paradójicamente los niveles más altos de migración de las zonas rurales se dan en las grandes ciudades, donde la meta es *sobrevivir* en medio de grandes dificultades, angustias, neurosis colectivas, inseguridad, contaminación creciente, incomunicación y aislamiento psicológico, y principalmente hacinamiento habitacional; en resumen, donde, acorde con las definiciones vistas, los niveles de la calidad de vida son muy bajos pues en modo alguno las grandes urbes pueden satisfacer las necesidades esenciales de los migrantes. Esta

contradicción se acentúa a la luz de lo sostenido por el FNUAP en el sentido de que "la calidad de la vida humana es inseparable de la calidad del medio ambiente y es cada vez más evidente que ambas son inseparables de las cifras de población y de su concentración".¹⁶

4. La ciudad como medio de comunicación dinámico

La ciudad se nos presenta desde siempre como un gran centro de comunicación. Kevin Lynch sostiene que la conversación y la reunión humanas son las funciones fundamentales de la ciudad.¹⁷ **Venecia** históricamente tuvo su gran esplendor precisamente por albergar entre sus límites una apreciable cantidad y calidad de información comercial, política, económica, cultural y científica. En su bien documentado libro *URBS* Ugo Enrico Paoli nos presenta a **Roma** como un activo escenario de comunicación teniendo al **Foro** como su centro y desde donde irradiaban todas las calles de la ciudad hasta perderse en los últimos confines del imperio. En el **Foro** se mezclaba gran parte de Roma. Desde la salida del sol a la hora décima estaba prohibido el paso de los vehículos; circulaban solo peatones o portadores de literas, pero la muchedumbre era enorme.¹⁸ Las ciudades modernas han acentuado esta capacidad para generar información y proyectarse como núcleos activos de comunicación. Típicos ejemplos son Nueva York, Londres, Sao Paulo, París, Singapur y Los Ángeles. En esta última convive una población cuyos integrantes provinieron de 140 países; allí se hablan cerca de 90 idiomas; todos los grupos, con sus dificultades y problemas, mantienen su identidad cultural y étnica y ponen en práctica diversas formas de adaptarse al medio y a la sociedad global que los tiene; tal mosaico ha originado el más grande conglomerado mundial de medios de comunicación social que responde a los diferentes intereses étnicos; así, hay unos **50** diarios y revistas periódicas, **18** canales de televisión, **88** estaciones de radio, sin incluir varias que emiten en idioma castellano; por otra parte, la KSCI Televisión (canal 18) difunde una programación internacional en 18 lenguas, incluyendo varias de Asia; **Los Ángeles Times** se ha convertido en uno de los más importantes diarios del mundo; las ediciones diarias alcanzan las **250** páginas con una circulación de **1.2 millones** de ejemplares; la edición dominical llega a las **850** páginas, incluyendo

suplementos de publicidad y el tiraje está por los **1.5 millones** de ejemplares; la infraestructura física de Los Ángeles es la más grande del mundo y su red telefónica es de tal magnitud que trabaja sobre la base geográfica de **5** diferentes códigos de acceso.¹⁹

La ciudad se forma y desarrolla entonces como un intrincado medio de comunicación con sus variados mensajes, secciones, símbolos y compleja organización. De igual forma la urbe actúa como un sistema que recopila, almacena, clasifica y distribuye información. Los *contenidos del medio de comunicación ciudad* incluyen desde el medio geográfico y físico donde se ubica -valles, montañas, bosques, ríos- hasta el grafiti, pasando lógicamente por la organización vial, las zonas peatonales, la planificación de los espacios públicos, la vivienda, las iglesias, la contaminación de todo tipo, la publicidad en la vía, los monumentos -con su ubicación, historia y significado- los mensajes y contenidos de los medios de comunicación social, el cruce de vías, los centros comerciales, la alcaldía y hasta los bares y cafés de la cuadra. También son contenidos de la comunicación de la ciudad su miseria y riqueza, y especialmente su arquitectura, "cuya finalidad fue siempre restablecer el equilibrio entre las dos naturalezas en las que vive el hombre: aquella en que **descansa** y la otra en que trabaja y construye".²⁰ Pero si, como se ha dicho, la ciudad está en crisis tal función y la naturaleza comunicacional de aquella también lo están.

En términos generales las principales **ciudades capitales** de los países latinoamericanos registran un número importante de canales, medios, servicios y mecanismos de telecomunicaciones, redes de información y bases de datos, correo privado y público, de comunicación social (diarios, revistas, estaciones de radio y televisión, salas de cine), agencias de publicidad, productoras de video y cine y otras manifestaciones de la industria cultural. Así mismo, y como toda comunidad urbana, estos centros generan gran actividad informativa no siempre debidamente canalizada y aprovechada. Esta aparente *opulencia de comunicación* contrasta con los altos déficits de recursos y mecanismos comunicacionales que existen en amplias zonas de esas mismas urbes y naturalmente con aquellos que se dan en las ciudades de mediano tamaño. Tal es el caso de la radio y la televisión que si bien alcanzan grandes

públicos debido a los elevados niveles de posesión de aparatos receptores (hasta el **95%** de los hogares) la propiedad de tales medios es más bien reducida, con tendencia a la concentración en pocos grupos y de difícil acceso. Lo mismo puede decirse de los servicios de la TV por cable, cuyo crecimiento es vertiginoso, especialmente en **México y Argentina** (se calcula que en esta última funcionan 1,200 empresas dedicadas a esa modalidad de TV). La circulación de diarios es cada vez menor, entre otras causas por los costos de producción y del papel y el valor de cada ejemplar a nivel del público. Los promedios de circulación por cada 1,000 habitantes en los siguientes países seleccionados de la región y fuera de ella son:

	País	N° ejemplares
	Bolivia	50
Países en vías de desarrollo		
	Brasil	57
	Costa Rica	72
	Honduras	61
	México	120
	Estados Unidos	268
Países desarrollados		
	Canadá	220
	Finlandia	535
	Dinamarca	359
	Suecia	521

Fuente: U.S. Department of Commerce. Statistical Abstract of the United States. Edition 108,1988, p. 802,

En términos de *densidad telefónica*, según datos de la Unión Internacional de Telecomunicación (UIT) los países de América Latina y el Caribe, con más de **430 millones** de personas, cuentan con **26 millones** de líneas telefónicas, lo que en promedio resulta en **6 líneas** por cada **100 habitantes** y una cobertura de solo **15%** de los hogares y el servicio telefónico en la región es abrumadoramente urbano. Ello contrasta drásticamente con la situación de Estados

Unidos y Canadá que, con una población de **275 millones**, cuentan con más de **140 millones** de líneas telefónicas, es decir, **50** líneas por cada **100** habitantes y una cobertura del **98%** de los hogares.

El correo de muchos países latinoamericanos está al borde del colapso; al mal servicio se unen los permanentes aumentos de las tarifas. Esta situación se evidencia, entre otros indicadores, por el auge del **correo privado**.

Otra de las calamidades que azotan las ciudades es la pérdida y la dificultad cada vez mayor para el uso de los espacios públicos - lo que afecta especialmente a la comunicación y la relación interpersonal en la ciudad-. Un ejemplo alarmante es el de Santafé de Bogotá, cuyo tamaño es de **33,000** hectáreas cuadradas, de las cuales solo **1,800** están constituidas por zonas verdes.²¹ Así mismo, el espacio urbano se ha convertido en un generador de mensajes - verbales y no verbales- negativos y hostiles hacia los ciudadanos, lo que naturalmente incide en las relaciones humanas y en la vinculación de aquel con su ciudad.

Algunas de las formas en que la problemática de la sociedad urbana afecta la relación comunicación-ciudad-ciudadano son las siguientes:

Primero, entre las carencias que acentúan la crisis de la ciudad figura de manera evidente y como indicador clave de tal crisis la ausencia de una relación comunicacional auténtica,²² ausencia que se caracteriza por formalizar y convertir el espacio de la ciudad "como un lugar de transición más que como un lugar de encuentros".²³

Segundo, cada vez el habitante de la ciudad se pierde en la vorágine citadina y, por tanto, falla en aplicar su capacidad para predecir su medio ambiente y con demasiada frecuencia en la búsqueda del dato, de la información que le permita tomar decisiones cotidianas y trascendentes a las que en razón de su propia naturaleza humana está obligado. Por tanto, cabe preguntarse: ¿Cómo la comunicación es bloqueada en la ciudad? ¿Cómo influyen, por ejemplo, el actual ordenamiento, crecimiento y desarrollo urbano en

la forma de comunicarse? ¿Cuáles son las fuentes y medios de información a los que las personas recurren para tomar decisiones? ¿De qué manera se impide un flujo informativo más racional y equitativo en la ciudad?

Tercero, el tráfico, las distancias entre el centro y la periferia van en aumento y además, como cualquier relación de dependencia centro-periferia, aquel impide la vinculación y, por tanto, la comunicación directa entre los núcleos periféricos.

Cuarto, el ciudadano ha perdido sus puntos de referencia que lo unen con su ciudad: historia, identidad cultural, puntos de encuentro, referencia geográfica, etc. Cuando las diversas partes de una ciudad carecen de interrelación visible -dice Lynch- esa falta de coherencia puede contribuir a darnos una sensación de alineación: la sensación de andar extraviados dentro de un ambiente con el que resulta imposible sostener ninguna clase de diálogo. La historia y el marco natural de la ciudad se nos aparecen como velados y borrosos. El idioma del paisaje ciudadano nos resulta tan desconcertante e incomprensible como el de ciertas emisiones de noticias radiadas.²⁴ En términos periodísticos la ciudad ha perdido *credibilidad* como medio de comunicación con todo lo negativo que ello significa.

Quinto, la relación ciudad-ciudadano se ha vuelto hostil y definitivamente es una relación conflictual, básicamente por el cúmulo de mensajes negativos que la ciudad genera: falta de servicios adecuados, contaminación, violencia, aumento de la entropía con la consecuente pérdida de fidelidad de los mensajes, desarraigo. Ello se deriva en buena parte de la desaparición acelerada de canales de comunicación natural tales como: plazas públicas, parques, zonas peatonales, museos, teatros, etc. Por esta deficiencia la ciudad de hoy carece de una posibilidad para la reflexión, la redundancia y la empatía. Como ha sido señalado por un autor, "no existe tiempo para pensar y alguien necesita decirnos cómo vestir, qué platos, degustar, cómo ilustramos, de qué manera habitar".²⁵ Los espacios públicos en particular, como ha dicho Elvira Cueva, "son la expresión del alma de una ciudad. Es el reflejo del interés que ella y sus gobernantes muestran por sus habitantes".²⁶ Por otra parte, las reas públicas son *espacios para la comunicación*

por su capacidad para propiciar el encuentro, la interrelación, la relación personal directa con el prójimo y con los aspectos naturales de la ciudad. Resulta apropiado el enfoque que al respecto hace la arquitecta Cueva: "El espacio público es una de las expresiones de la democracia. Es la **expresión física**, del urbanismo de todos los tiempos, **de las libertades de reunión, tránsito y opinión**. En las Plazas Públicas se reunieron los hombres libres de las democracias desde la Antigua Grecia. Es la concreción arquitectónica del respeto de los ciudadanos por sus semejantes".²⁷

Sexto, disminución de las posibilidades para que tanto la administración como los administrados identifiquen y usen con propiedad los canales formales de comunicación e información administrativa en el marco de los gobiernos locales. La información administrativa es uno de los medios más efectivos para que el ciudadano se relacione con sus servidores públicos y estos se integren a aquel; además, que conozca a quién dirigirse, cómo tramitar los asuntos, en qué tiempo y en qué lugar. En efecto, **hay un quiebre** en muchas de las ciudades latinoamericanas de una **actividad informativa** que ponga al ciudadano en sintonía con la realidad y lo ubique debidamente a los fines de encarar y comprender situaciones como el caos urbano o la crisis socio-económica que lo afectan de manera directa. ¿Qué está ocurriendo? ¿Por qué está ocurriendo? ¿Qué medidas son necesarias para remediar o al menos paliar las calamidades de la ciudad? ¿Qué puede hacer el ciudadano común individualmente o en conjunto con sus vecinos para participar en las soluciones? ¿Cómo atenuar los efectos de la crisis en los hogares? ¿Cómo convivir con la inflación, la inseguridad y otros males crónicos? ¿Qué puede aportar la sociedad como solución parcial? ¿Qué reacciones tiene la población frente a las medidas económicas y de otra índole adoptadas por los gobiernos locales? Y, frente a otros aspectos que lo vinculan especialmente con la democracia, ¿qué participación social puede y debe tener la población en la elaboración de tales políticas y medidas conducentes a una mejor administración de la ciudad? ¿Qué tipo y en qué cantidad la población recibe información para su toma de decisiones frente a las opciones que la propia ciudad le presenta de manera cotidiana? ¿Cómo el ciudadano puede conducirse a través de la "madeja" burocrática del Estado y cumplir sus deberes y hacer valer

sus derechos? ¿Cómo el ciudadano, haciendo uso de la comunicación, puede contribuir a una sociedad más solidaria y al ejercicio de esa virtud social por excelencia que Pérez Olivares ha denominado "la amistad cívica"?²⁸ Y, finalmente, ¿cómo la información puede ser transformada de simple dato en **conocimiento**? Muchas de las respuestas a estas interrogantes pueden convertir a los hombres y mujeres de la ciudad en perceptores y sacarlos de su estado de meros receptores pasivos frente a los mensajes que le transmite el *medio ciudad*. Por otra parte, los mecanismos de comunicación administrativa permiten a los órganos superiores estar permanentemente informados de la correcta marcha de su gestión y la prestación de servicios.

5. Implicaciones para la comunicación en favor del desarrollo urbano y para el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad

Fernando Carrión²⁹ ha expresado que la crisis urbana es más clara ante la ausencia de utopías: no sabemos qué tipo de ciudad queremos alcanzar -dice Carrión- aunque, por lo pronto, solo estamos en capacidad de afirmar que se requiere de un nuevo proyecto o modelo de ciudad, de la construcción de una utopía urbana. Sobre esta apreciación que no renuncia a la esperanza propongo discutir algunas vías para poner la comunicación al servicio del desarrollo urbano y para el rescate y el ejercicio pleno del derecho a una ciudad posible.

5.1. Promover la discusión y el estudio sistemático del tema comunicación y ciudad en todos los ámbitos posibles de América Latina: universidades, partidos políticos, comunidades organizadas, colegios profesionales, iglesias, alcaldías, gobierno central, oficinas gubernamentales para el desarrollo urbano, parlamentos, organizaciones no gubernamentales, etc. Por tanto, el tema debe "entrar en la agenda" de la visión de los problemas del hombre con su entorno. Hay que señalar que la *ciudad* es frecuentemente estudiada por diversas instituciones de América Latina. Hay en tal sentido una honesta preocupación por profundizar en la problemática urbana y sus soluciones. Son muchas las reuniones, congresos y coloquios de alcaldes, municipalidades y agrupaciones profesionales

(de sociólogos, arquitectos e ingenieros, juristas, etc.) que tienen por objeto la ciudad. Así mismo, es en verdad amplia la bibliografía producida.³⁰ Lo importante ahora es agregar el asunto comunicacional que en verdad se ha trabajado muy poco en América Latina. Este seminario de Cuenca y el celebrado en 1992 en Rosario, Argentina, son hechos que pueden coadyuvar a una sistematización de tal consideración y estudio.

5.2. Teniendo en cuenta que los acontecimientos de la ciudad pueden ser un valioso factor para vincular al ciudadano con su medio citadino es menester motivar más aún a los *medios de comunicación social* para que actúen como redes y centros de comunicación e información en el ámbito de las ciudades donde se encuentra su mayor público. En especial se debe procurar que la ciudad, sus aspiraciones, problemas y posibilidades sean *más noticia* y se conforme en torno a ellas un ambiente de opinión más propicio utilizando factores, hechos y realidades que sí existen y, por tanto, dan base para tal acción positiva. Dentro de este marco, y sin olvidar todas las dificultades de tipo económico, se hace necesario promover medios de comunicación locales muy identificados con el ambiente humano de la ciudad a la que sirven.

5.3. Las alcaldías y otros órganos del gobierno local y de administración de la ciudad se constituyen en el factor clave de todo proceso de comunicación para el desarrollo de la ciudad. No cabe duda que el poder municipal en América Latina ha experimentado una favorable transformación durante las últimas dos décadas. Ello ha sido posible, entre otras razones, por la elección popular de los alcaldes y de otras autoridades del gobierno citadino, y por haber alcanzado estos mayor autonomía administrativa, política y financiera. De allí ha resultado "un esfuerzo no solo por transferir competencia a favor de los municipios para convertirlos en unidades gestoras de los recursos y servicios locales, sino por desarrollar mecanismos que permitan profundizar la democracia en estos niveles".³¹ Es innegable que la figura de los alcaldes, independientemente de toda consideración política, ha logrado altos niveles de liderazgo, capacidad de gestión eficiente e identificación plena con los habitantes de las ciudades, sus vivencias, necesidades y problemas. Sobre tal base es factible plantear la incorporación de la

comunicación como variable de primer orden en la **planificación y administración de la ciudad** mediante la formulación y ejecución de *políticas de comunicación para el desarrollo urbano* sobre las cuales se apoyen los programas de servicios públicos, urbanismo, vialidad, arquitectura, desarrollos comerciales y habitacionales, protección del medio ambiente, conservación del patrimonio histórico-cultural, administración del espacio, etc. Todas estas decisiones y acciones suponen, entre otras cosas:

a) Adecuar las **ordenanzas municipales** a las necesidades de comunicación de la ciudad y sus habitantes. En otros casos se trata de promulgar ordenanzas que apunten en tal sentido.

b) Diseñar y desarrollar mecanismos idóneos para el funcionamiento de los sistemas de información y comunicación administrativa mediante, por ejemplo, el desarrollo de *centros de información para el ciudadano*, descongestionamiento de los procedimientos burocráticos y de atención al público, y uso gradual de medios informáticos y de telecomunicaciones.

c) Fortalecer los *medios de comunicación social* de la alcaldía para que como **servicio público** coadyuve a las acciones de la comunicación educativa y cultural pero también para la orientación ciudadana en las relaciones con la ciudad.

d) Incorporar la planificación del crecimiento urbano, como factor de primer orden, a las telecomunicaciones y sus enormes posibilidades por la fusión con la informática y la variedad de opciones que se abren. Ello mejorar en gran medida la crisis de incomunicación en la ciudad, el aumento de la calidad de vida y la democratización de los espacios para la obtención de información. Así, atender adecuadamente el servicio público de la comunicación, que incluye a la telefonía y al correo, es un reto para los gobiernos municipales. Al respecto el primer criterio que se debe establecer es que la comunicación y sus servicios, entre los que se cuentan, además de los mencionados, centros de información y *canales naturales*, deben ser prioritarios dentro de un plan de inversiones urbanas, un inventario de proyectos y los criterios de evaluación políticos, económicos y operacionales. La *toma de conciencia*

acerca del papel de la comunicación en el desarrollo urbano y en el mejoramiento de la calidad de vida del ciudadano es clave en el momento en que los tomadores de decisiones del gobierno local elaboran su juego de prioridades para ser integrado dentro del plan de financiamiento global y dentro de su estrategia de negociación con los organismos de apoyo y cooperación provinciales, nacionales e internacionales. Así, lograr que en estas instancias del Estado se priorice a la comunicación es un objetivo a lograr por las personas preocupadas por el tema urbano.

e) Estimular la participación ciudadana de manera directa individualmente o dentro de organizaciones comunitarias, sindicales, profesionales etc. Al respecto hay que apuntar que las legislaciones municipales de casi todos los países de América Latina contemplan modalidades de participación y en especial *mecanismos de comunicación e información* sobre los actos del gobierno local. Algunos de tales mecanismos son las audiencias públicas, el derecho de petición, el derecho de reclamo, la consulta popular, los cabildos abiertos, etc.³²

5.4. Motivar la participación de la sociedad civil mediante programas de comunicación para fomentar la ciudad solidaria, la cultura de la conservación, la cultura de la tolerancia y el amor a la ciudad. En tal sentido hay que aprovecharlas experiencias de muchos países de la región en materia de organización vecinal, especialmente en lo relativo a participación política, reivindicaciones sociales, acciones ecológicas, planteamientos de derechos al hábitat y promoción cultural. Casos ejemplares son los desarrollados en ciudades de Colombia, Perú, Chile y Venezuela. De particular utilidad a los fines que nos ocupan pueden ser las organizaciones de mujeres así como promover la constitución de ONGs que se ocupen específicamente de acciones en favor de la comunicación en la ciudad. Claro está, la comunicación por sí sola no solucionará los grandes problemas de aquella. Por mejor pensada, organizada, planificada y estructurada que esté la comunicación, no constituye por sí misma una respuesta definitiva a la crisis de la sociedad urbana. Pero ninguna solución podrá adelantarse al margen de la comunicación. Liernur se pregunta, ¿cómo estimular la tozuda insistencia y el ingenio de la gente que todos los días demuestra su

propia capacidad de construir a su modo la ciudad? Las respuestas a esta interrogante pueden ser varias pero sin duda las que pretendan ser más acertadas deberán incluir a la comunicación y ubicar como *actor central al ciudadano* teniendo presente que, como bien lo apunta Fernández Alba, "los elementos que perfilan y definen al espacio son aquellos que señalan las relaciones del hombre con el modo de concebir el mundo o, en términos más precisos, con la naturaleza en la que se halla inmerso"³³ y la comunicación es precisamente, por definición, naturaleza y esencia, *relación*.

Cuenca, julio de 1993

NOTAS

1. Consejero Regional de la UNESCO en Comunicación para América Latina.
2. FNUAP. La población, los recursos y el medio ambiente: Los desafíos críticos. U.S.A., 1991, pp. 119-120.
3. UNESCO. Tercer Plan a Plazo Medio (1990-1995). París, 1990, p. 132.
4. Nueva Evangelización, Promoción Humana, Cultura Cristiana. IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Octubre 12-28 de 1992, Ediciones Paulinas, p. 154.
5. Término muy elocuente usado por **Abel Wolman** en *La Ciudad*. Alianza Editorial, Madrid, 1982, p. 199.
6. Los datos y cifras usados en este punto son tomados del FNUAP, Op. Cit.
7. *La Primera Revolución Mundial*, Alexander King y Bertrand Schneider. FCE, México, 1991, p. 208.
8. **Antonio Fernández Alba**, *La Metrópolis Vacía*. Aurora y Crepúsculo de la Arquitectura en la Ciudad Moderna. Editorial Anthropos, Barcelona, 1990, p. 150.
9. Norman C. Dalkey, **La Calidad de la Vida**, en Revista Española de la Opinión Pública, Nos. 21-22, Madrid, 1970, p. 287.
10. Las dos definiciones son tomadas de Roberto Zapata, **La Calidad de Vida: Marco Referencial de un Concepto** en "Calidad de Vida y Cambio". Compilador: Eduardo Castañeda, Conciencia 21, Caracas, diciembre 1987, pp. 36-37.
11. Norman C. Dalkey, **La Calidad de la Vida**. Op. Cit., p. 287.
12. Roberto Zapata, Op. Cit., pp. 35-36.

13. Roberto Zapata, Op. Cit., p. 37.
14. Hildebrando Barrios, **Calidad de Vida y Consumo** en "Calidad de Vida y Cambio". Op. Cit., p. 223.
15. A tal complejidad puede responder la clasificación de necesidades en **subjetivas y objetivas** que hizo el padre Lebre. Al definir a las primeras las señala como "a la que uno se contenta con tener o bien a lo que se cree con derecho a tener y varía de un individuo a otro. Puede ser legítima o ilegítima según que corresponda o no al valor real que se tiene y a las funciones que se desempeñan o que se está llamado a desempeñar". Louis J. Lebre, **Dinámica Concreta del Desarrollo**. Editorial Barcelona (España), 1966, pp. 124-125.
16. FNUAP, Op. Cit., p. 53.
17. K. Lynch, *La Ciudad como Medio Ambiente en La Ciudad*. Op. Cit., p. 254.
18. URBS. *La Vida en la Antigua Roma*. 5a. edición, Editorial Iberia, Barcelona, 1981, p. 11.
19. Datos tomados de Jay S. Brara, *Los Angeles: Communication and Multi-Ethnic Growth in a Pacific Megalopolis*. Asian Journal of Communication, Vol. 2, Number 3, AMIC, 1992, pp. 62-63.
20. Fernandez Alba, Op. Cit., p. 30.
21. Elvira Cueva de Jaramillo. *Defensa del Entorno*. Curso Bogotá Año 2000: *Advocaciones o Premoniciones de Modernidad*. AUN, Bogotá, septiembre 8 de 1992 (mimeo), p. 5.
22. Esta *comunicación auténtica* responde bien al concepto de *comunicación* elaborado por Antonio Pasquali: "Es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre". (*Comprender la Comunicación*. Monte Avila Editores, Caracas, 1978, pp. 51-52).

23. Fernández Alba, Op. Cit., p. 126.
24. Kevin Lynch, Op. Cit. p. 248.
25. Fernández Alba, Op. Cit., p. 135.
26. Elvira Cueva de Jaramillo, Op. Cit., pp. 2-3.
27. Elvira Cueva de Jaramillo, Op. Cit., p. 3.
28. Enrique Pérez Olivares, Reflexiones sobre el Camino, Libro Segundo: Doctrina y Política. Ministerio de Información y Turismo, Caracas, 1982, pp. 11-12.
29. *La Investigación Urbana en América Latina*, Vol. 1. Fernando Carrión, editor. Publicado por CIUDAD, Quito, 1989-1990, Introducción, p. xxx.
30. Un buen ejemplo ecuatoriano de la dedicación al tema lo constituye el Centro de Investigaciones CIUDAD, institución nacional y autónoma que no persigue fines de lucro, fundada en Quito en 1977. Este Centro cumple una amplia actividad en diversos campos del quehacer urbano, incluyendo investigación, diseño y promoción de proyectos y, en especial, publicaciones, en las que el aporte es especialmente significativo.
31. Nuria Cunill, *Participación Ciudadana*. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD), Caracas, 1991, p. 105.
32. Para una amplia visión sobre esta normativa y posibles modalidades en la región a la luz del derecho comparado véase a *Nuria Cunill*, Op. Cit., pp. 104-168.
33. Op. Cit., p. 35.

PLANIFICACIÓN URBANA Y COMUNICACIÓN¹

Ignacio Basombrío Zender

Es propósito del presente documento formular un conjunto de consideraciones acerca de los principales cambios producidos tanto en el plano internacional como en el regional con relación al papel del Estado, el sistema democrático, la participación de los ciudadanos y de los medios de comunicación, en el proceso de gestión de los asuntos de carácter local.

El tema adquiere una renovada importancia en la medida en que, en los países de América Latina, existe una visión compartida en los sectores políticos y en las organizaciones representativas de la sociedad civil acerca de las limitaciones experimentadas por el modelo político y sobre la eficiencia de los mecanismos de gestión pública para permitir la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos y la creación de adecuados canales de participación en los asuntos públicos. Los mecanismos de comunicación han resultado insuficientes para contribuir de manera más importante al logro de tales propósitos.

Los objetivos que se persiguen son; (i) tornar más eficiente la gestión social; (ii) lograr una democracia más abierta y sólida; (iii) conseguir mayores resultados en la gestión de los asuntos públicos; y, (iv) satisfacer las necesidades fundamentales, tanto individuales, como sociales.

I

Para determinados historiadores el siglo XX terminó en 1989, con la caída del muro de Berlín y la progresiva, pero rápida, desaparición de los denominados socialismos reales. El cambio producido en Europa Central y del Este ha sido de tal magnitud que sus efectos todavía no pueden ser apreciados en su exacta dimensión. Las proyecciones y consecuencias históricas del surgimiento de un mundo unipolar, en oposición al carácter bipolar de la escena internacional hasta el derrumbe del sistema socialista, tal como se entendía en Europa Central y del Este, ha traído consigo un nuevo

hegemonismo asumido por los Estados Unidos, en un contexto internacional en el cual las turbulencias y los cambios no han dejado de continuar produciéndose. Por el contrario, se ha podido apreciar que, a partir de 1990, fenómenos que se consideraban relativamente superados por el avance de la historia, como el fortalecimiento de los nacionalismos, el restablecimiento de los conflictos étnicos y el desarrollo de situaciones bélicas de baja intensidad en territorios europeos, han recuperado vigencia. Se han proyectado, inclusive, en reas más preocupantes del comportamiento social, como el recrudecimiento de la xenofobia y el inicio de una nueva oleada de discriminación por motivos raciales o religiosos.

La evolución de los acontecimientos en el escenario internacional se caracteriza por el renovado papel que se otorgan en lo político, a los ciudadanos; y, en lo económico, al mercado. De tal manera, los paradigmas que tienen vigencia en la primera etapa de la década de los años 90, son la democracia y la economía de mercado.

Frente a cuestionamientos producidos después de la culminación de la Segunda Guerra Mundial sobre la democracia representativa para constituirse en el mecanismo y en el sistema más idóneo para el conjunto de la sociedad internacional, la aceptación del fracaso de modelos alternativos, por los efectos inherentes a éstos y por los errores cometidos en la gestión y en las relaciones de las estructuras de poder con los ciudadanos, han dejado, en el plano de las posibles opciones, un margen muy reducido frente al concepto que predomina como el modelo deseable, que es la democracia representativa.

Esa democracia, sin embargo, presenta características distintas; según se trate de países desarrollados o en desarrollo. También incorpora factores y elementos de carácter cultural para los efectos de establecer los términos que más corresponden a la realidad de cada sociedad para instrumentar modelos basados en el respeto a la soberanía popular y en la participación del ciudadano, libre y consciente, en los procesos electorales.

En lo que se refiere al modelo económico, se observan: (i) severas limitaciones en lo que respecta al financiamiento del

desarrollo por parte de las economías de los países del sur, entre otras razones por la crisis de la deuda; y, (ii) deficiencias estructurales de los aparatos públicos para generar los suficientes ingresos para atender las crecientes demandas de la población. Tal situación ha determinado un cambio en la manera de concebir el proceso económico. El papel del Estado ha tendido gradualmente a reducirse. Sus compromisos en materia de inversión y, por tanto, de generación de empleo y de orientación desde los centros de poder gubernamental de las grandes tendencias para el manejo económico, han cedido paso a una especie de *privatización* en lo que respecta a la responsabilidad del diseño y la conducción de los procesos económicos. Este cambio ha sido acompañado de una modificación en el papel del Estado dentro de la sociedad. La iniciativa privada ha asumido, de manera muy rápida, tareas y responsabilidades que, usualmente, el Estado se reservaba con el propósito de otorgarle una cierta direccionalidad a la gestión económica y a la distribución, entre grupos sociales y entre regiones de la producción de bienes, servicios y de los ingresos.

II

La democracia dentro de la nueva realidad latinoamericana, adquiere una renovada connotación. No sólo es el medio mediante el cual los ciudadanos pueden expresar, en oportunidad de los procesos electorales, sus opiniones. Además, debe abrir las compuertas de la participación de los sectores sociales. Para ello debe partirse del principio de una adecuada identificación de las realidades de cada país, de cada sociedad nacional. De un Estado centralista y prácticamente todopoderoso, en el cual se concentran los recursos económicos, la capacidad de gestión y de decisión, debe evolucionarse hacia un Estado que tenga la fuerza suficiente para establecer con claridad, y sobre la base del consenso y la participación democrática, los grandes objetivos a los cuales debe aspirar una sociedad. Objetivos consagrados en una Constitución que, por ser cumplida y por responder a las necesidades de la sociedad en su conjunto, tenga esa legitimidad y esa vigencia que le otorga fortaleza y permanencia en el tiempo al sistema democrático.

En América Latina, lo que se observa, con una muy clara tendencia histórica, es que la manera de conducir la gestión pública ha traído consigo una concentración del poder político y del poder económico en zonas restringidas del territorio de cada uno de los países que integran la región. Se ha repetido, desde la fundación de las repúblicas en los países latinoamericanos, el mismo proceso de centralismo y de concentración de poder en base del cual se estructuraron los mecanismos de dominio y de control de la etapa colonial.

A pesar de ese centralismo, y de la fuerte gravitación del Estado en el desarrollo nacional y regional, existe una realidad caracterizada por la existencia de gobiernos y de organizaciones locales. En muchos casos, los gobiernos locales han tenido un papel restringido en lo que respecta a la gestión pública, por su limitación de recursos económicos o por las restricciones de carácter legal en lo que respecta a sus atribuciones y competencias.

En la historia de la región se puede apreciar que han existido mecanismos de participación democrática insuficientes e inadecuados en el nivel de los gobiernos locales.

América latina en su conjunto ha heredado, del dominio colonial, una cierta vocación autoritaria o de despotismo ilustrado. En 1767, por ejemplo, el Marqués de la Cruz, a la sazón Virrey de México, afirmaba que: "deben saber los súbditos del gran monarca que ocupa el trono de España que nacieron para callar y obedecer, y no para discutir ni opinar en los altos asuntos del gobierno".

Pero, evidentemente, esa vocación autoritaria tenía el germen de su auto destrucción por el desarrollo que, a lo largo de toda la etapa del dominio colonial, habían registrado los gobiernos locales. La tradición y la importancia de éstos venían desde la propia Península Ibérica, en la cual esos gobiernos tenían una importancia decisiva en el desarrollo de las relaciones de carácter social. En la etapa de la emancipación, por ejemplo, se subraya la importancia del tema de la participación popular. En 1808, por sólo citar un ejemplo, en México, el Acta del Cabildo, subrayaba que "la última voluntad y resolución del reino que éste explica por medio de su metrópoli

capital, ínterin de las demás ciudades y villas y los estados eclesiástico y noble unidos con la capital puedan ejecutarlo de por sí o por medio de sus procuradores". Por otro lado se subrayaba, en esa misma etapa de la historia, que otros cuerpos representaban al pueblo y que estos debían ser fieles intérpretes de su voluntad. Ellos llevaban el nombre de Consejo Municipal, Ayuntamiento o Cabildo.

De manera tal que, frente a la realidad institucional de mecanismos de gobierno y participación en el ámbito de las ciudades y de los centros poblados, coexistían las tendencias centralistas y, por ende, proclives de aproximarse al absolutismo.

A lo largo de la historia de América Latina, se ha podido observar que han sido las tendencias del centralismo las que han triunfado sobre las posibilidades de la desconcentración del poder. En un estudio acerca de las crisis y las transformaciones del sistema político en América Latina, Alain Touraine, señala, al tratar sobre la necesidad de restablecer la legitimidad del sistema político, lo siguiente: "esta transformación profunda -decisiva, incluso- del modelo del desarrollo implica un distanciamiento creciente entre el Estado, como agente central de desarrollo o de supervivencia, de la Nación, y el sistema de representación política y los propios agentes sociales. Estos últimos, entre los que figuran empresas, sindicatos y grupos profesionales e intelectuales, luchan por independizarse del Estado. Por su parte, el sistema político otorga prioridad a la representación con respecto a la participación. En resumen, vemos que ante amenazas y presiones del exterior, el Estado tiende a desligarse de las fuerzas políticas y sociales, identificándose con la Nación"².

III

En el nuevo papel del Estado dentro de la sociedad latinoamericana, debe producirse un proceso de rearticulación de las fuerzas políticas y sociales con el poder público mediante un renovado y muy vigoroso papel de la democracia en las ciudades, a través de fortalecimiento de los gobiernos locales.

Se ha asumido, dentro de una concepción neoliberal que la reforma del Estado supone el manejo de ciertas variables de naturaleza macroeconómica. La reducción de los gastos; del retiro, en algunos casos muy rápido y sin medir las consecuencias, del Estado de ciertas actividades fundamentales para atender a las demandas de los ciudadanos; y, la pérdida de un horizonte temporal suficientemente adecuado para establecer algunas pautas, logradas sobre la base del consenso, para proyectar el futuro del desarrollo de la sociedad en su conjunto. Tales cambios han traído consigo una reacción muy compleja por parte de actores y agentes sociales. En algunos casos se han agudizado las tendencias individualistas. En otros, los mecanismos mediante los cuales la sociedad civil podía articularse, plantear sus reivindicaciones y establecer los términos de su relación con el Estado, han tendido a debilitarse y, en determinados sectores, a quedar sin efecto.

Frente al desarrollo de tales situaciones, existe una clara conciencia sobre la necesidad de establecer nuevos mecanismos, más adecuados y eficientes, enmarcados dentro de una realidad institucional que ha cambiado, para que los nuevos métodos de gestión y de asignación de recursos potencien y no debiliten el desarrollo individual y social.

En ese contexto, y tal como se señala en un estudio al respecto, "la relación entre el gobierno local y la organización popular tiene que partir del respeto a la autonomía de esta última y de una apuesta -central, no marginal- que haga posible crearlas instancias de participación efectiva para que en todos los ámbitos de la acción municipal, así como en programas específicos, el vecino organizado voluntariamente y todas las organizaciones de la localidad participen sin que haya sombra de paralelismo o manipulación por parte del gobierno local".³

En ese orden de ideas, existe una relación difícil, tal como lo acredita la experiencia latinoamericana entre el poder central y los gobiernos locales. No es una relación fluida ni basada en términos de mutua reciprocidad. Por el contrario, los gobiernos nacionales hacen todo lo posible por acentuar el carácter asimétrico, y por tanto poco democrático, de sus relaciones con los gobiernos locales. En

buena medida tal situación es una consecuencia de la manera en la cual se han estructurado los mecanismos de concentración del poder económico y político a que se ha hecho referencia anteriormente.

Es necesario que, dentro de esta renovada concepción del papel del Estado en la sociedad, mediante una auténtica reforma del papel del poder público, se le asigne la importancia debida al papel que le compete al gobierno local. Un especialista en el tema subraya al respecto que "a nadie se le ocurre que las relaciones exteriores o la defensa nacional sean competencia del gobierno local. De la misma manera, a nadie debe ocurrírsele que el plan director de la ciudad, las obras o los servicios locales pueden ser competencia del gobierno nacional. No se trata de que en las competencias municipales lo decidido en un municipio pueda ser apelado a la región o al gobierno central, porque en tal caso lo único que haríamos sería acabar con la autonomía y alargar el proceso burocrático. Ser instancia de gobierno y serlo por elección popular, es muy distinto a ser administrador de servicios descentralizados. Solo la efectiva autonomía en las competencias propias, justifica esta denominación. Pero ser gobierno es decidir entre intereses y sujetos distintos; no es un acto administrativo de mayor nivel. Por eso condensa lo ya afirmado sobre la relación con las organizaciones e instituciones del pueblo, como base de democracia, y por eso supone una integralidad que supera las competencias específicas que señala la ley".⁴

IV

La planificación debe asumir un renovado papel sólo como instrumento de gobierno, para utilizar de la manera más adecuada los limitados recursos disponibles y para hacer posible una mayor eficiencia en la gestión sino, también, como un medio idóneo para incrementar la participación social.

Este es un tema que adquiere una importancia creciente en lo que respecta a las tareas de los investigadores sociales y los formuladores de políticas, así como entre las agencias internacionales de cooperación y de financiamiento. Existe una progresiva toma de conciencia en relación con la dificultad de lograr, en el mundo en desarrollo, respuestas que puedan ser de aplicación

general para todas las regiones y zonas de un país determinado, Por el contrario, se acepta como un elemento importante para diseñar e instrumentar los programas de cooperación y las respuestas a los problemas identificados, que el actuar a nivel micro-regiones e inclusive, de comunidades específicas, permite mejores resultados en la gestión de los limitados recursos públicos.

En un reciente estudio sobre las experiencias del Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola (FIDA), se otorga una especial importancia al tema de la participación popular. Se afirma, a este respecto, que un enfoque para la acción basado en una participación muy directa de los beneficiarios potenciales, constituye un requisito para conseguir que los proyectos de desarrollo puedan alcanzarlos objetivos previstos. Se considera que la población debe ser consultada, para identificar sus necesidades económicas y para establecer el contexto político y cultural dentro del cual deber ser desarrollado un proyecto determinado.

Esta metodología de operación del FIDA, con apoyo de instituciones multilaterales de financiamiento como el Banco Mundial y el Banco Asiático de Desarrollo, supone un cambio en los criterios de gestión de los proyectos. Se ha pasado de una intención de adecuar estos a determinadas consideraciones de carácter administrativo y técnico, diseñados y concebidos desde los grandes centros administrativos de dirección y de control, a un sistema más descentralizado y, por ende, más participatorio y abierto. En tal virtud, se posibilita la participación de organizaciones populares, no gubernamentales y de los directamente beneficiarios en los proyectos de desarrollo.

En opinión del FIDA, se trata de lograr un cambio en la mentalidad de quienes tienen a su cargo el desarrollo de los proyectos y de los programas, mediante una concepción participatoria que asume que no existe un modelo universal para el desarrollo. En consecuencia cada proyecto debe ser diseñado para adecuarse a las circunstancias políticas, culturales, económicas y ecológicas en que debe realizarse. Además, esa aproximación y concepción debe tomar en cuenta la capacidad de los sectores beneficiarios de formular planteamientos creativos y aportes

sustantivos, en virtud de los cuales tales sectores se constituyen en sujetos del desarrollo y no simples objetos para cumplir con determinados objetivos de carácter institucional.

Un enfoque igualmente importante, que debe ser tomado en cuenta al revalorizar el papel de la planificación como instrumento del desarrollo, es el establecido por SIDA, el organismo sueco destinado a promover el desarrollo internacional. Este organismo, que ha capitalizado una valiosa experiencia a lo largo de las últimas décadas, como parte del apoyo brindado por Suecia a los países menos desarrollados, le otorga una importancia significativa a los mecanismos de participación popular para efectos de garantizar el éxito de determinados programas en materia de promoción económica.

Los enfoques centrales en la acción del SIDA, para cumplir con los objetivos, incluyen el desarrollo de los recursos; una mayor equidad en materia económica y social; la independencia económica y política; el desarrollo democrático en la sociedad; y, una utilización, con criterio de sustentabilidad de los recursos naturales, en el marco de la protección ambiental. Para conseguir tales objetivos, se considera que deben formularse los criterios tradicionales, para incorporar, con mayor énfasis, la participación popular.

La experiencia acumulada por la agencia sueca de cooperación muestra que cuando se establecen criterios poco definidos sobre participación, en virtud de los cuales este elemento tiene una baja prioridad, menores recursos y menos atención, los resultados tanto en términos cuantitativos como cualitativos, tienden a ser inferiores. En cambio, cuando se asigna una mayor importancia a la participación popular, se puede incrementar el efecto económico. Ello a pesar que, en algunos casos, el desembolso de los recursos suponga un menor grado de eficiencia con relación a programas en los cuales, por contarse con una mayor centralización en la dirección de los mismos, la programación financiera resulta más acelerada.

En ese contexto de modificación cualitativa de los criterios para asignar los recursos de cooperación y gerenciarlos, el SIDA

observa que los sectores de menores ingresos usualmente no expresan, de manera abierta, sus demandas para una participación más activa, por cuanto carecen de canales adecuados para hacer públicos sus planteamientos y demandas.

Una tercera experiencia que pueda tomarse en consideración para efectos de reformular el papel de planificación en el desarrollo de las comunidades y de las micro-regiones, en el marco de una visión revisada de una gestión pública y del proceso de democratización, concierne a México. En este país, a través del Programa Integral para el Desarrollo Rural se inició, a comienzos de los años 70, una experiencia muy importante, que ha continuado a través del Proyecto de Descentralización y Desarrollo Regional, a partir del año 1991.

El modelo mexicano muestra la especial atención otorgada a la participación, mediante el proceso de construir, de manera progresiva, mecanismos adecuados para hacer posible la intervención de los agentes económicos y sociales. En ese contexto, el tema de la comunicación y de la información, tiene una importancia muy grande.

En cuanto a la manera de conceptualizar la participación en el proceso de planificación, la experiencia mexicana muestra un conjunto de elementos a saber:

1 La combinación de los esfuerzos de las comunidades de base, de sus recursos disponibles y de su aporte; con los medios de los cuales disponen las agencias municipales, estatales y federales. La participación requiere otorgar una mayor importancia la movilización de los recursos locales, antes que de los mecanismos burocráticos de planificación, a pesar que la asignación y la transferencia de fondos públicos es importante para el logro de los objetivos del desarrollo comunal.

2 La autodefinition de intereses por los beneficiarios, como un elemento clave para los efectos de diseñar e instrumentar el plan de desarrollo.

3 El diagnóstico de los problemas de la comunidad, que constituye un instrumento para entender los problemas de la estratificación social y de las estructuras socioeconómicas, debe ser el resultado de un progresivo esfuerzo de aproximación a la realidad tomando en cuenta los intereses y aspiraciones de diversos subgrupos.

4 Las prioridades locales deben ser reconciliadas e integradas con los criterios regionales en materia social y ecológica, para los efectos de alcanzar un desarrollo equilibrado y permitir el aporte de cada comunidad al desarrollo de una zona más amplia. La experiencia mexicana indica que la participación local no debe considerarse como un instrumento autárquico.

5 La programación del desarrollo no puede ser el resultado de una opción asumida en un relativamente corto plazo de tiempo. Por el contrario debe incluir un esfuerzo gradual como consecuencia del cual exista, en primer lugar, un reconocimiento de las realidades propias de la comunidad a la cual se quiere atender; una programación preliminar, sometida posteriormente a un debate dentro de la propia comunidad beneficiaría, en el cual se otorgue la necesaria importancia a la diseminación de la información, de manera tal que todos los agentes económicos y sociales, gubernamentales y privados, que toman parte en el programa, tengan la posibilidad de enriquecerlo con sus criterios y aportes.

V

Dentro de esta manera de enfocar la planificación y el desarrollo local y regional, la comunicación tiene un papel prioritario que cumplir. Se analizan a continuación cuatro elementos que deben merecer una atención preferente sobre este particular:

1. La información

Tanto en el proceso de planificación de desarrollo como en la instrumentación de los programas, resulta indispensable contar con adecuados medios para diseminar la información entre los grupos y sectores potencial o realmente beneficiados. En el pasado, la

experiencia ha demostrado la insuficiencia de mecanismos y canales de comunicación. Tal situación ha traído consigo una concepción centralizada y, por ende, no adecuada a las realidades de las zonas que se quiere atender, para permitir que todo el proceso de formulación de programas de desarrollo pueda estar acompañado de un examen crítico que es un requisito básico para un apoyo razonable y razonado.

Crear esos mecanismos de información supone establecer, en las esferas de los sectores gubernamentales y de los medios a través de los cuales se organiza y expresa la sociedad civil, reas de trabajo destinadas a canalizarla información hacia los beneficiarios. Esta tarea, compleja y difícil, exige no sólo de un compromiso de naturaleza política y de la adopción de opciones de tipo institucional sino, además de la información de los recursos humanos calificados para llevar a cabo esa tarea.

2. Participación comunal

La información y la comunicación requieren de un permanente proceso de retroalimentación. De tal manera, instituido un mecanismo de información adecuada, en virtud del cual se abran los canales participatorios para la programación del desarrollo, resulta indispensable crear desde el lado de los beneficiarios potenciales o reales, medios para hacer posible que estos expresen, con la oportunidad debida y por canales apropiados, sus criterios y puntos de vista.

3. Gestión y administración

Las tareas de los gobiernos locales y de los medios a través de los cuales la sociedad civil se organiza, requieren de un apoyo popular para conseguir resultados eficientes en términos de gestión pública y privada y de administración de los limitados recursos disponibles. Para ello, la información a la comunidad constituye una herramienta de gobierno, y no sólo de fiscalización, difusión o denuncia. En la medida que la información pueda fluir y difundirse de manera oportuna, en términos que resulten comprensibles a los potenciales beneficiarios, será posible alcanzar niveles más

adecuados de participación en la gestión, con los beneficiarios que ello trae consigo en las estructuras políticas, económicas e institucionales.

4. Los medios masivos de comunicación

Dentro de este esfuerzo renovado por lograr una mayor descentralización en la gestión pública y un papel más importante de las instancias locales en la identificación y solución de sus propios problemas, los medios masivos de comunicación podrían asumir una tarea complementaria, pero no esencial, en el desarrollo de los canales de información y de comunicación analizados anteriormente. En efecto, por su proyección nacional, y por el enfoque necesariamente global que tales medios otorgan al tratamiento de las informaciones, la posibilidad que éstos asuman como foco de su atención informativa los desarrollos a nivel de pequeñas comunidades, tal como lo demuestra la experiencia, son relativamente limitadas. Ello no quiere decir, sin embargo, que los medios masivos de comunicación, con el pleno ejercicio de la libertad de prensa y del derecho a seleccionar las informaciones y noticias que se consideren más adecuadas para satisfacer el interés de sus lectores, no otorguen una mayor importancia y un tratamiento informativo más profundo y los desarrollos en las pequeñas ciudades \ comunidades. En ese contexto es importante asignar recursos y brindar apoyo a los medios informativos de carácter local o departamental que cuentan con menos capital que los medios nacionales pero que podrían tener un papel más amplio e importante en promover el desarrollo de las comunidades a las cuales prestan sus servicios informativos

NOTAS

1. Documento preparado para el Seminario "**Comunicación y Calidad de Vida en la Ciudad**" organizado por UNESCO y la Universidad del Azuay. Cuenca. Ecuador. Julio 1993
2. Touraine. Alain. La Crisis y las Transformaciones del Sistema Político en América Latina, en Socialismo, Autoritarismo y Democracia, IEP, LIMA, 1989. 218 páginas, pág. 23
3. Pease Henry Democracia Local: Reflexiones y Experiencias. DESCO. Lima. 1989. 194 páginas, pág. 22
4. Pease Henry op. cit. pág. 23

LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES EN EL DESARROLLO URBANO

Ing. Marcelo López Arjona

LAS TELECOMUNICACIONES Y EL DESARROLLO DE LOS PAISES

Las telecomunicaciones son sin lugar a duda hoy en día uno de los sectores de infraestructura de mayor desarrollo y de mayor progreso tecnológico.

El teléfono hasta la aparición de los satélites y de las centrales electrónicas de conmutación era considerado casi como un juguete, y hoy es visto como un instrumento social de una enorme potencialidad, tanto en la esfera económica como en la organizativa.

Las telecomunicaciones han provocado una ruptura del factor distancia e inclusive del factor tiempo y están poniendo a comunicarse tres tipos de instancias conjuntamente: personas, objetos neotecnológicos y cosas.

Existe una indudable relación del teléfono y las telecomunicaciones con una serie de hechos que influyen en la vida de la sociedad, en el desarrollo de los ciudadanos. Estos hechos muy sucintamente podrían mencionarse en forma aleatoria: lo público y lo privado; la cooperación entre países desarrollados y en desarrollo; los desajustes entre la oferta y la demanda; el trabajo y el teletrabajo, la educación, el hogar, el desarrollo comunitario, las telecomunicaciones para el bienestar social.

Para ratificar la importancia de las telecomunicaciones en el desarrollo de los pueblos, vale la pena mencionar el resultado de un estudio de la Comunidad Económica Europea, que manifiesta que las telecomunicaciones generan y mantienen un gran volumen de empleo y que influirán en el 60% de éste con Europa a finales de este siglo.

Las telecomunicaciones por otro lado están íntimamente ligadas y es muy difícil deslindarlas de otros campos científico-tecnológicos, como la informática, las comunicaciones y la información. En la época de los años 60 ya se hablaba de la convergencia entre telecomunicaciones e informática, que dio como resultado la contracción con la telemática.

El primer lustro de los años 80 amplió el binomio telecomunicaciones-informática al de la información tecnológica. El segundo lustro de los 80 ha visto como nuevas formas electrónicas de difundir información -los clásicos medios de comunicación social- entraban a formar parte de la temática acuñándose así la terminología de Tecnologías de Información y Comunicación, o sea el hecho tecnológico de captar, transportar, difundir, almacenar y procesar información por medios electrónicos y fotónicos.

En resumen la información y la comunicación social no pueden desligarse de la técnica de las telecomunicaciones y la informática.

Los tres aspectos si bien son distintos, necesitan complementarse para poder ser útiles al servicio del hombre. De ahí la importancia de las telecomunicaciones, el medio físico, electrónico, fotónico que transporta los mensajes de unos hombres para otros hombres.

En la actualidad, el desarrollo de los países, el desarrollo urbano de la ciudad, se miden ahora por los índices telefónicos. No se consigue hoy en día el desarrollo urbano sin infraestructura telefónica.

Para ilustrar un poco mejor esta realidad cuantitativa, me permito exponer a continuación algunas láminas que recogen varios índices técnicos con los que se mide el desarrollo de la telefonía en los países y en las ciudades.

GRUPO ANDINO

INDICADORES

El Grupo Andino, conformado por Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela representa, en conjunto, una población de aproximadamente 91 millones de habitantes, o sea el 30.7% del total de la población de Sudamérica, y una superficie de 4711.000 km² es decir el 26,45% del total suramericano.

Las siguientes cifras, correspondientes a 1991, proporcionan una visión global sobre la representatividad de la región, en lo que respecta al servicio de telecomunicaciones, comercio exterior, comercio regional y su endeudamiento externo:

- Líneas telefónicas instaladas	6'602.261
- Líneas telefónicas en servicio	5'369.007
- Demanda telefónica total estimada	8'804.481
- Densidad (líneas inst./100 habitantes)	5.84
- Densidad referida a la demanda	9.58
- Tráfico telef. internac. tot.sal. (1)	235.16
- Tráfico telef. internac. tot.ent. (1)	502.62
- Tráfico telef. internac. tot.(ent+sal.)(1)	737.78
- Tráfico total (ent.+sal.) con EE.UU.-1990-(1)	395.97
- Exportaciones FOB al mundo (2)	29.464
- Importaciones CIF del mundo (2)	22.666
- Exportaciones FOB intra-regionales (2)	1.801
- Deuda externa total (2)	85.982

(1) millones de minutos

(2) millones de dólares

EVOLUCIÓN DE LAS TELECOMUNICACIONES

Desde el año 1832 en que Samuel Morse inventó el telégrafo eléctrico y en 1876 en que Alexander Graham Bell perfeccionó el teléfono que permitió la transmisión de voz a través de elementos alámbricos, hasta la presente fecha, se han producido acontecimientos técnicos que han transformado la historia de la humanidad y la forma de vida de la sociedad.

De esta evolución de las telecomunicaciones podemos hacer una brevísima reseña que comienza, como manifestamos en 1870, con líneas alámbricas que permitieron la comunicación vía telefónica y telegráfica entre ciudades y entre naciones.

Alrededor de 1920 con la utilización comercial de la radio HF se potenció la telefonía y telegrafía dándoles alcance y permitiendo a la radiodifusión un desarrollo vigoroso que facilitó la integración nacional, internacional e intercontinental.

En 1940 se desarrolló el concepto de la comunicación local a través de redes locales complementados por equipos de portadoras sobre líneas físicas.

En 1970 se disponía ya de microondas, satélite, cables submarinos y de las centrales telefónicas automáticas, que han causado una verdadera revolución en el mundo.

En la década actual estamos viviendo el desarrollo de centrales electrónicas orientadas para cada servicio, la introducción de la telefonía móvil celular, las redes digitales de microondas y la fibra óptica, cuyo perfeccionamiento y sofisticación van llegando a niveles realmente nunca imaginados.

Las nuevas tecnologías de centrales digitales de servicios integrados (RDSI), la futura aparición de la tecnología óptica para las nuevas centrales, la utilización de redes de fibra óptica a nivel de redes locales e internacionales, así como la nueva aparición de los nuevos sistemas satelitales móviles de órbita baja, revolucionarán las

comunicaciones en esta nueva sociedad, permitiendo a todo el público usuario un acceso universal al servicio.

LA TELEFONÍA EN LA CIUDAD

Las ventajas de este avanzado sistema de comunicaciones cada día son mayores. Los teléfonos han ayudado a integrar la economía industrializada. Los mercados de capital adquirieron mayor fluidez, el comercio se hizo más fácil. Las operaciones de negocios se llevaban a cabo más rápidamente y han ayudado a acelerar el ritmo, lo cual a su vez elevó la tasa de desarrollo económico en las naciones más avanzadas tecnológicamente.

Importantes analistas de este tema han mencionado que podría razonarse que los teléfonos, a largo plazo, llegaron incluso a afectar el equilibrio del poderío internacional. Esta afirmación puede ser corroborada al analizar el auge de Norteamérica a una posición de dominio económico mundial, si se contempla su sistema telefónico con el de otras naciones. Todavía en el año de 1956 el 50% de los teléfonos en el mundo se encontraban en Estados Unidos, hoy en día a medida que el dominio relativo estadounidense disminuye, esa proporción ha descendido una tercera parte aproximadamente.

Por ello, afirmamos que el desarrollo de las zonas urbanas de las ciudades especialmente, para que alcance su grado óptimo debería estar saturado de servicio de telecomunicaciones: telefonía, fax, télex, correo electrónico, redes de transmisión de datos, etc., a fin de que los sectores productivos, industria, comercio y banca puedan ser eficientes y oportunos; para que el ama de casa desde su hogar pueda comunicarse, reciba y transmita información para su vida diaria, para que los sistemas educativos sean más actuales y eficientes; para que la salud sea mejor atendida gracias a los conocimientos que pueden recibir los profesionales y la oportunidad con que pueden atender dolencias y en fin para que todos, pobres y ricos puedan tener acceso a los medios y elementos de progreso que la humanidad ha desarrollado.

Para que todo esto se haga realidad en el desarrollo urbano de una ciudad es necesario:

1. La decisión política de considerar a las telecomunicaciones como fundamentales para el desarrollo de un país y dotar de los medios administrativos legales y económicos para que se pueda instalar la infraestructura necesaria.
2. La ciudad, y directamente los Municipios en el caso de Ecuador, deben dictar ordenanzas que prevean oportunamente las facilidades de infraestructura para que se pueda dotar de redes y más elementos para dar servicios de telecomunicaciones a los nuevos asentamientos humanos: nuevas urbanizaciones, condominios, grandes edificios, etc.
3. La legislación en relación a telecomunicaciones debe prever la posibilidad del servicio universal, esto es de que el público pueda tener acceso a un servicio de telecomunicaciones a un costo razonable.
4. Se deben fijar tarifas cuya estructura considere por un lado una relación a los costos y por otro lado dar la posibilidad de acceso a ellas del usuario definiendo como aspecto de suma importancia, no cargar a la tarifa al público con impuestos, que cuando estos sean estrictamente necesarios sean dedicados sólo a beneficiar el desarrollo de los servicios de telecomunicaciones y no para financiar otros sectores como: agua potable, electricidad, carreteras, etc.

De no cumplir estos aspectos, se puede caer en vicios como los que actualmente soportan nuestras ciudades que para personas que han vivido en otros medios más desarrollados resulta simplemente inconcebibles.

Este pensamiento resulta tan bien expuesto por Alvin Toffler en su libro "El cambio del poder", cuando dice: "Para aquellas personas acostumbradas a un servicio telefónico aceptable, resulta difícil imaginar el funcionamiento de una economía o una empresa sin contar con él, o trabajar en un país donde la compañía telefónica

pueda denegar incluso el servicio telefónico básico o demorar su instalación durante muchos años.

Este poder burocrático da lugar al favoritismo político, a los sobornos y la corrupción; detiene el desarrollo económico nacional y suele determinar qué empresas tienen oportunidades de crecer y cuáles están condenadas al fracaso. Y sin embargo, ésa es la situación que prevalece todavía en muchas naciones socialistas y no industrializadas. Incluso en las naciones tecnológicamente avanzadas los proveedores de servicios telefónicos y los organismos reguladores del servicio pueden controlar completamente el destino de sectores industriales, prestándoles o denegándoles servicios especializados, imponiendo tarifas diferenciadas y mediante cualesquiera otras medidas."

NUEVOS SERVICIOS Y FUTURO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Al ser actualmente las telecomunicaciones, como lo hemos expuesto, un elemento esencial para el crecimiento económico, social y cultural de los países ricos y de los países pobres, el hombre dedica todos sus esfuerzos al perfeccionamiento de las tecnologías y al descubrimiento de nuevos procesos que simplifiquen los sistemas que hacen posible la comunicación.

Dentro de todo este contexto, la vertiginosa carrera emprendida por los investigadores ha convertido a los Nuevos Servicios de Telecomunicaciones, en una realidad que el empresario, el hombre de negocios y el ciudadano común están ya disfrutando en muchos países.

De entre estos nuevos servicios se destaca la "Telefonía Móvil Celular", que ha ido alcanzando índices de penetración muy superiores a los planificados inicialmente, tanto en los países desarrollados, como en los países en vías de desarrollo. Complemento sustituto de la telefonía alámbrica básica, lo cierto es que el resultado en el mercado es espectacular.

Junto con la telefonía celular, se vienen desarrollando otros sistemas, especialmente los servicios móviles por satélite que están sumamente adelantados y que en breve revolucionarán el mundo.

El desarrollo tecnológico en este campo va produciendo cambios veloces e importantes que superan a la legislación y los marcos institucionales de los países.

De cara al futuro, en los países desarrollados las perspectivas de crecimiento de la telefonía móvil son enormemente prometedoras aunque la cuantificación estará condicionada a los avances tecnológicos, los precios de los equipos y del servicio y la ampliación de la capacidad de oferta mediante una mejor utilización del espectro radioeléctrico.

En los países andinos, las perspectivas de crecimiento de la telefonía móvil son también muy importantes por el limitado servicio básico existente, por su mínimo nivel de penetración y porque esta nueva forma de servicio tiende a convertirse en la alternativa válida para la prestación de los servicios de telecomunicaciones que necesita la población tanto en el sector de desarrollo de las grandes ciudades, como en el sector rural donde la dispersión demográfica o las dificultades orográficas hacen muy costosa la telefonía basada en redes fijas.

Como conclusión, la importancia de las telecomunicaciones es incuestionable, la tecnología avanza mucho más rápido que la legislación y que la gestión administrativa de nuestros gobiernos. Los nuevos servicios están a la puerta en nuestras ciudades, la infraestructura de redes fijas es todavía necesaria en nuestros países. Nuestros gobiernos y nuestros entes legisladores deben mirar con visión de futuro a este sector y dotarle de las facilidades y los medios necesarios para su desarrollo, o de otra manera estaremos a la zaga como espectadores o como limitados participantes del uso de las nuevas tecnologías.

**LOS IMAGINARIOS URBANOS
EN AMÉRICA LATINA**

Armando Silva

¿Hasta dónde y cómo algunos postulados de la ciencias sociales pueden hoy ayudarnos a definirlos entornos urbanos de un continente en calidad de inscripción imaginaria? Esto es; ¿de qué manera proyecciones sociales, captadas por distintos medios cualitativos¹, elaboradas sobre una base de creación mental, pueden ser materia para definir personalidades colectivas? Nos interesa, entonces, sondear un terreno doble: de un lado un objeto social colectivo, los ciudadanos de un continente, y del otro, una metodología con unas categorías propias de análisis simbólico. Examinar así, hasta dónde algunos modelos interpretativos, pueden ayudarnos a definir unos espacios marcados, proyectados y contruidos por sus ciudadanos. Se trata, pues, de proponer una teoría estética de lo urbano de la ciudad.

En mi libro, *Los imaginarios urbanos en América Latina*² he intentado generar una teoría social, a partir de lo que he denominado los "croquis urbanos": puntos suspensivos que siguen líneas evocativas en la creación social de territorios imaginarios. Opongo entonces el mapa, la línea continua que marca y resalta las fronteras, al croquis, la línea punteada apenas sugerente, para sostener que el nuevo antropólogo urbano tiene por objeto el levantamiento permanente de croquis de su ciudad, dado el hecho evidente de que éstos aparecen siempre en permanente construcción. Así el territorio urbano es croquis y no mapa. El "aparecer", sentimiento fantasmal del pasajero acontecimiento urbano, nos es útil para edificar la noción de teatralidad y de puesta en escena del hecho ciudadano.

En la ciudad, entonces, ocurren hechos; los construimos como bien puede deducirse de una teoría lógica del conocer. Pero tales sucesos son, especialmente, de naturaleza imaginaria. La construcción de la imagen de identidad de un sujeto pasa por la vía de proyección imaginaria. La creación colectiva obedece a mecanismos similares. Soy en mí en la medida que estoy en capacidad de pensarme a mí mismo como otro. No es posible, claramente ya se ha dicho, el soliloquio si antes no me he fijado el

otro en mí para que funcione como base de toda matriz imaginaria. Y entonces no sólo los signos tienen tiempo: el pasado imaginario, el presente real y el futuro simbólico, sino que los signos corresponden a categorías pronominales: Yo, instancia real del sujeto, Tu, emplazamiento imaginario; y Él, construcción simbólica.

De esta suerte los psicoanalistas nos han ayudado a comprender que los pronombres personales, que nos explicitan los gramáticos y lingüistas, tienen que ser estos y no otros, actúan como imperativos existenciales: nadie puede construir un "punto de vista narrativo" que no sea en una de las tres personas marcadas por los pronombres: que están en el lugar del nombre. O sea que la proyección del punto de vista proviene de una categoría más profunda en la estructuración del "yo" como identidad especular. Y si decimos que el "yo" es presente, el "tú" pasado y "él", futuro, entonces instauramos un modo temporal en una acción pronominal.

Según lo anterior la creación social de una vida llevada colectivamente, con sentimiento de lo mutuo, como corresponde a los ciudadanos en cuanto personalidad global, pasa por el ponerse en forma narrativa. La ciudad imaginaria precede la real, la impulsa en su construcción, y entonces pueden proponerse algunos ejes de sentido que he ubicado en calidad de metáforas de ciudad, como fundamento de los croquis colectivos. Así crece la ciudad, así se construye la forma ciudadana, que como tal, como forma, le debe al arte su inspiración. Propongo, dentro de otros, cuatro metáforas urbanas en cuyo ejercicio se nos permite comprenderla creación de un "sentido urbano" de naturaleza estética: el adentro/afuera; el antes y después; los rizomas urbanos y el corto circuito de miradas.

El adentro/afuera. Espacio postmoderno que rompe el eje de límite de lo público frente a lo privado. Sí bien lo apreciamos, en los nuevos ascensores transparentes, de ciertas edificaciones "post", quien los usa, expuesto a la mirada pública, no puede, verdaderamente, sentirse adentro de un lugar. Entramos al ascensor, pero seguimos afuera, expuestos al suceso colectivo público. Asistir al museo Pumpidou hecho al revés para marcar que siempre se está haciendo, que no está terminado, que se rehace según el día o la exposición. Disfrutar en un bar de Sao Paulo, donde ya hay casas

abiertas como bares para clientes anónimos, uno no puede afirmar que esté en práctica de una acción privada y estable, sino que el mundo se nos corre. El afuera vive adentro.

Antes/después. Nos coloca en la dimensión del tiempo. El meollo narrativo de la memoria urbana. Bogotá nace un día específico: el 9 de abril de 1948, cuando asesinan al gran líder popular, Jorge E. Gaitán. Luego de 45 años todos, jóvenes y viejos recuerdan esta fecha. La recuerdan aún los que entonces no habían nacido. Bogotá nace de un mito: si Gaitán no hubiese muerto, no viviríamos la angustia diaria de la violencia, no estaríamos atravesados por la imaginaria violencia política que nos carcome día a día a los colombianos. La memoria urbana se hace de fisuras que marcan el antes y después. Cualquier acontecimiento fuerte, el terremoto de la Ciudad de México o la caída de Collor de Melo y de Carlos Andrés Pérez, nos precipitan a la fractura ciudadana. La memoria individual y social se hace de referencias. Los mojones de que hablase K. Lynch para identificar la imagen de la ciudad deben trasladarse a campo imaginario: aquello que cuento porque me sirve de referencia de un después de que sucedió un hecho. Así se hace la literatura urbana que tanto nos duele en éste continente para poder imaginar un mejor futuro. Al final el futuro está hecho de pasado. Irrebatible opción.

Centro/periferia/cicuito-frontera y los rizomas urbanos. El centro se está perdiendo. El historiador R. Fishman habla para Estados Unidos y afirma que el 45% de sus habitantes viven hoy en día en callejones alrededor de ciudades como Nueva York o Chicago. La unidad de esta nueva ciudad norteamericana ya no es la calle, medida en bocacalles, sino el corredor de crecimiento hecho por el automóvil. Si en principios de siglo Londres o Berlín medían quizá 250 Kilómetros cuadrados, las nuevas ciudades largas, largueros, pueden medir hasta 3 o 4 mil kilómetros. En su interior todos los elementos se han agrandado en la misma proporción. Y qué decir de ciudades como México o Sao Paulo. Para ellas se habla de explosión, de cataclismos, de no retornos. O de apocalipsis como lo entona el escritor C. Mosivais. Megalópolis de increíbles gigantismos que impiden por naturaleza una representación global y

céntrica dice N. García-Canclini y prefiere referirse a circuitos entre fronteras en sus culturas híbridas.

Deleuze, Guattari y junto a ellos Eco, proponen el rizoma en el que dada calle puede conectarse con cualquier otra. Se carece de centro y periferia y no hay salida pues son potencialmente infinitos. De ahí que el rizoma se exalte como lugar de conjeturas. Los rizomas serían en propiedad las figuras imaginarias para abordarlos laberintos simbólicos de las urbanas latinoamericanas. Al parecer Guayaquil, en Ecuador, ha potenciado hasta el conjunto cerrado, en el sector exclusivo de La Puntilla, con calles, porteros y todo un esquema de vivienda fortificada, sobre lógicas rizomáticas, con barreras, desvíos artificiales y muros de contención para que los ladrones-piratas que llegan en canoa por el río Babahoyo no se vayan con lo suyo.

Acciones y representaciones privadas, como los llamados "policías acostados" que consisten en pequeños montículos levantados sobre el asfalto de la calle para obligar al carro a detenerse y de este modo parar su circulación pública en beneficio de la calle privada que manda sobre la disposición estatal, se vuelven comunes por todo el continente. En Sao Paulo, en el barrio de Butantá los vecinos del sector han cerrado varias calles para construir un auténtico laberinto ya que tiene más de 10 entradas pero solo una salida: para salir se requiere "un mapa secreto" que le informa a uno por donde coger para no perderse en auténtico ejercicio espacial del hilo de Ariadna. De este modo se aspira a combatir al extraño, al posible bandido y la gran mayoría lo puede ser. Perdemos los centros, quizá con la notoria excepción de Buenos Aires estamos frente a ciudades marginales con centros abandonados. Los barrios, los conjuntos cerrados, se convierten en nuevos castillos medievales desde donde los señores miran al pueblo con sospecha. Lo mismo puede decirse de los centros comerciales que hoy recorren todas las ciudades de América Latina hechos para excluir al visitante extraño e identificar al propio.

Ver y o ser visto/corto circuito de miradas. En este caso destacamos los cuerpos de los ciudadanos expuestos a la mirada pública. Hoy más que nunca, como consecuencia de las tecnologías

y el incremento de las medidas de control, el capturar por la mirada al otro, en estado de ilegalidad ética, cuando no social, se convierte en una estrategia que interioriza el ciudadano que se sabe mirado. La figura del panóptico de Foucault viene bien al caso: se nos mira, tenemos conciencia de ello, pero no sabemos cuándo, ni quién, ni desde dónde. El mayor ojo de todos, la televisión, nos hace ciudadanos frágiles a la mirada pública. Pero también el supermercado, en la compra con dinero plástico o en la transacción bancaria. La democracia nos abre posibilidades pero a su vez nos controla. El corto circuito de miradas alude a una condición de control que viene en aumento tecnológico en las ciudades de América Latina. A su vez las miradas y su descarga placentera se hinchan en satisfacciones en la moda maravillosa de los cuerpos que recorren las calles de Río o Cali, evocadas en nuestra investigación como ciudades eróticas y femeninas. O en las playas del Caribe donde las tangas, invención del continente, apenas tapan lo necesario de la parte del cuerpo: suficiente para estimular la mirada que atraviesa.

Una vez aludidos varios de los mecanismos de las estrategias metafóricas de nuestras ciudades, en algunas de las metáforas dichas a manera ejemplificante, podemos argumentar que la dimensión estética de la ciudad no será reconocida en la historia de las formas arquitectónicas, ni en los dibujos o bodegones que hacen los artistas urbanos, ni por el colorido de las fachadas. Todo lo anterior es forma estética externa y no se niega. Pero la dimensión profunda corresponde a las formas mentales que van apareciendo en el hacer colectivo: aquello que hace que un sitio sea marcado como ciudad del placer, aquel otro como zona de terror o peligro y uno nuevo como el lugar erótico de la Urbe. En el trasfondo lo imaginario se nutre del fantasma. Amerita entonces divagar sobre esta figura del inconsciente a la que nos introdujo Freud con tanto esmero y que podemos sacar a la vista urbana.

Comencemos por su etimología que ya transporta su excelencia semántica. Fantasma se forma de la base griega *phan*, del verbo griego *phaino*, mostrar, mostrarse, ver. Esta misma base aparece en "epifanía", la manifestación del señor, en "fantasía", la imaginación creadora; en "fenómeno", *phainomeno*, lo que se ve y se

puede comprobar. Fantasma no es más que otra denominación de "espectro". Fantasmas y espectros son vecinos en sentido y familia lingüística latina se trata de la familia de *specio*, ver, mirar. Los espectros, como señalé en el libro mencionado, son ánimas en pena que, según credibilidad muy arraigada en América Latina aparecen o, lo que es lo mismo, se "dejan ver". En los caserones viejos dónde hay tesoros escondidos, donde se ha perpetrado un crimen, donde alguien ha sido atormentado o en ocasiones simplemente por tratarse de un sitio viejo o abandonado, se dan las condiciones para que aparezcan estos seres en todo caso provenientes de algo más allá de nuestra percepción ordinaria. Los espectros cargan espantos: su nombre se aplica a las grandes amenazas ocultas presentidas y a las penas que surgen en la lejanía, como cuando se dice que sobre el mundo actual de cierne el espectro de la guerra, el de la pobreza o el de la derrota ecológica.

Desde su origen, pues, los fantasmas y sus familiares son seres invisibles que aparecen y se van. El fantasma, morador de casas viejas guarda interesante analogía con el inconsciente, en calidad de sótano de la casa del sujeto, como lugar de San Alejo a donde llevan los trastos viejos y sobrantes para dejarlos allí abandonados en el olvido, pero siguen viviendo en su etérea condición. El yo, dicen los psicoanalistas, no sabe todo lo que sabe, pues hay un saber inconsciente, origen de mis conductas que yo no sé. Que el "sujeto no sea quien sabe lo que dice, cuando claramente, alguna cosa es dicha por la palabra que falta". Es la razón de la sin razón del saber que yo no sé.

Si seguimos con la etimología encontramos que inesperado pariente de espectro es espectador: el que mira, ve, u observa. Del latín *spectator*, mirar con mucha atención, como si se le salieran los ojos mirando, intensivo de *specio*, ver y relacionado con *speculum*, espejo, superficie lisa y pulida en la que se reflejan los objetos. De espejos se forman los "espejismos", que tiene que ver con fenómenos ópticos de países cálidos y que consisten en que los objetos lejanos (como los que se ven en un desierto cuando nos morimos de sed) producen una imagen invertida como si se reflejasen en una superficie líquida; por analogía también se habla de ilusión engañosa.

Fantasma se diferencia de espectador aun cuando se llaman e interpelan el uno al otro: mientras el primero aparece para dejarse ver, el espectador se instituye para ver, para agarrar. No obstante el espectador puede sufrir distintas jugadas y puede creer que ve algo, como el fantástico Don Quijote frente a los molinos del viento que identifica como sus enemigos, y en verdad no es más que una ilusión, o mejor un espejismo. La ciudad, de este modo, vive también de espejismos, sus fantasmas la recorren de día y de noche. Más no se trata de los fantasmas de los cuentos de las casas hechizadas, sino del cuento de toda la ciudad. La única salvación del fantasma urbano, quizá se encuentre en los no-lugares descritos por M. Augé: cierto espacio de la sobre modernidad que tiene que ver con servicios a clientes, pasajeros, usuarios, pero no están identificados, socializados ni localizados más que a la entrada o la salida de los sitios fríos: aduanas, carreteras, bancos. Se trata de individuos sin identidad particular y sólo asumidos como parte de un sujeto colectivo, sin verdad ni destino. Descripciones de no-lugares para sentar las bases a una etnología de la soledad. O, diría, en una sociología de la muerte del sujeto urbano.

Pero la ciudad del ciudadano que vive y recorre es asaltada por los fantasmas. Se la toman y la someten. La caracterizan sin saber cómo ni por qué. Le dan colores, la fragmentan en espacios, la diseñan como lugar o no lugares. La corren y recorren, la agrandan, o la introducen en los más misteriosos ruidos olores o creencias. En fin: el fantasma se ha hecho urbano y vive cómodamente en todas aquellas situaciones límites tan caras a ellos, donde con más fuerza aparecen para asombrar y seducir al ciudadano. El espectador hace sus veces en el ciudadano; el fantasma corresponde a su historia urbana junto con el escenario que forma para dejarse ver. En los escenarios de la vida colectiva mental los ciudadanos viven y son conmovidos por los fantasmas de ciudad, en espera de la ocasión para hacerse vivos con su proyección imaginaria.

La presente propuesta consiste, según lo dicho, en estudiarla ciudad como lugar del acontecimiento cultural y como escenario de un efecto imaginario. Es así como lo urbano de la ciudad se construye. Cada ciudad tiene su propia estilística. Si aceptamos que la relación entre cosa física: la ciudad; vida social: su uso; y

representación: sus escrituras; van parejas, una llamando a lo otro y viceversa, entonces vamos a concluir que en una ciudad lo físico produce efectos en lo simbólico, sus escrituras y representaciones. Y que las representaciones que se hagan de la urbe, de la misma manera, afectan y guían su uso social y modifican la concepción del espacio. Una ciudad entonces, desde el punto de vista de la construcción imaginaria de su imagen, debe responder, al menos: por unas condiciones físicas naturales y físicas construidas; por unos usos sociales; unas modalidades de expresión mediada; por un tipo especial de ciudadanos en relación con la de otros contextos, nacionales, continentales o internacionales y, además, una ciudad hace una mentalidad urbana que le es propia. Examinemos estos cinco puntos que actualizan los enunciados de las isotopías.

Quien visite a Cochabamba en Bolivia puede asombrarse con un detalle. Mientras los campesinos e indígenas se visten con fuertes colores en sus ponchos y hacen artesanía policromada atractiva y vital, las fachadas de sus casas, casi que sin excepción, padecen de un color tierra, triste y lúgubre. Sus casas reciben la tierra que el viento transporta e impregna en sus frentes. Cochabamba tiene el color de la tierra volada por el viento. ¿Cuál camisa de fuerza ha impedido a los cochabambinos expresarse en sus casas como lo hacen en sus trajes? ¿Se trata de la intervención gubernamental? Bogotá, al contrario, vista desde un avión es la capital del ladrillo. La herencia artesanal de la ciudad ha venido labrando un tejido de casa en casa, para que hoy sea considerada como una gran obra plástica hecha con ladrillo, entre rojizo y amarillo, que la identifica por su color y su calidad material: el ladrillo bogotano que hace a Bogotá el color del ladrillo.

Pero también una ciudad se hace por sus expresiones. No sólo está la ciudad sino la construcción de una mentalidad urbana. La vida moderna va metiendo todo en un ritmo, en un tiempo, en unas imágenes, en una tecnología, en un espacio simulado, para indicar los espacios de ficción que nos atraviesan a diario: las vallas, la publicidad el grafiti, los avisos callejeros, los *publick*, los pictogramas, los cartelones de cine y tantas otras fantasmagorías. Nada más impresionante que verlas inmensas vallas colocadas en los grandes edificios de la también magnífica Sao Paulo. Tantos

calificativos de grandeza para hablar de una ciudad gigante donde cualquier aviso para que sea visto tiene que aumentársele su tamaño natural. Sólo después de uno convivir en esta ciudad comprende porque sus vallas son tan grandes. O porque sus conciudadanos imaginan que Sao Paulo, a pesar de ya serla más numerosa y amplia entre todas las ciudades de la América Latina, tiene el doble de su población de la realmente existente. Sao Paulo, no sólo es grande sino que sus ciudadanos se la imaginan más grande de lo que es y así, entonces, la fantasía, no sólo produce efectos en la percepción, sino que manifiesta y exige un tipo de expresión en sus calles y en su entorno cotidiano.

Por último, una ciudad se autodefine por sus mismos ciudadanos y por sus vecinos o visitantes y por los media arrolladores. No creo, permítanme pronunciarme con un ejemplo límite, que exista en el mundo de hoy una ciudad de más tinte imaginario que Medellín: la capital de la mafia y centro del temido cartel. Le doy la razón al lingüista norteamericano N. Chonsky, cuando afirma categórico que a Medellín se la inventaron los "mismos gringos". Aparece su conformación cuando se da la distensión de la guerra fría y el aparato militar requiere nuevos y pequeños enemigos. También los media necesitan de emociones fuertes y hay intereses de todos lados en hacer aparecer un nuevo emblema de maldad y codicia. El mundo necesita de algo in-mundo y allí está la Medellín, otrora capital primaveral, para ocupar este lado oscuro y satánico de la vida aventurera del capital rápido e inmoral. Sea cuales sean las explicaciones sobre cómo se construye la Medellín mediada, no deja de ser patético e insólito que el ejército más poderoso del mundo vaya a temblar ante la acción de un puñado de analfabetos, matones pero simples y planos, dispuestos a enriquecerse con las oportunidades que les da el mercado mundial.

Sostengo que la construcción de la imagen de una ciudad en su nivel superior, aquel en el cual se hace por segmentación y cortes imaginarios de sus moradores, conduce a un encuentro de especial subjetividad con la ciudad: ciudad vivida, interiorizada y proyectada por grupos sociales que la habitan y que en sus relaciones de uso con la urbe no sólo la recorren, sino la interfieren dialógicamente, reconstruyéndola como imagen urbana. Entonces puedo argumentar,

de respuestas obtenidas en otros países de Latinoamérica, que Sao Paulo y Bogotá son grises aun cuando Río amarilla o Buenos Aires azul petróleo, Valparaíso azul mar, o que se pueden hallar calles femeninas en Santiago o masculinas en Caracas, calles peligrosas en Lima y lugares extraños en todas que recomponen ejes semánticos de corte antropológico. De este modo la ciudad puede proyectarse como un cuerpo humano, con sexo, corazón, miembros, pero también con sentidos: huele, sabe, mira, oye y se hace oír. Son atributos que deben ser estudiados en cada ciudad, comparando una con otra o cada una dentro de sus fragmentaciones territoriales o sus impulsos hacia la desterritorialización internacional, que no significa algo distinto que instaurar otro cuerpo simbólico que impregna al primero. Decir todo eso, preguntarnos bajo algunas circunstancias sobre las construcciones simbólicas, la paradoja de si estamos adentro o afuera de la ciudad, sobre su color o su construcción mediada, preguntar lo que estamos interrogando, no es menos importante que descubrirlas figuras geométricas del plano, cerrada, montañosa, o alta y baja. Son definiciones nacidas del uso social.

Hay, pues, representaciones colectivas que nacen de la geometría, pero también las hay provenientes de la construcción física del espacio e igualmente de un mundo cromático de color urbano, o de símbolos vernaculares, o de un cambio en los puntos de vista. Deben nacer así los imaginarios urbanos de América Latina, para saber y comprender qué nos hace a nosotros seres urbanos de este continente. Las estrategias de la representación son distintas en las culturas, como lo serán en las distintas comunidades urbanas. De este modo hablar de ciudades continentales no lo será en cuanto a hablar de abstracciones imposibles, sino de un patrimonio cultural, histórico, social, que accede a encuentros simbólicos que hacen semejantes unas con otras.

La representación de una ciudad, pues, no es sólo una imagen urbana que se encuentra para fotografiar en cualquier esquina, sino el resultado de muchos puntos de vista ciudadanos, que sumados, como se suman las cuentas imaginarias, no los de la teneduría de libros de una empresa contable, esto es sumando no para agregar sino para proyectar fantasías, dan como resultado que una ciudad, también es el efecto de un deseo que se resiste a aceptar que

la urbe no sea también el otro mundo que todos quisieran vivir. Y también el que vive y quieren que así sea. O para decirlo en el diccionario del gran Borges, que en esto de los cuentos imaginarios en cualquier momento salta a la vista, se trata del estudio y proyección de la otra ciudad: ella misma.

COMUNICACIÓN, CULTURA Y CIUDAD

Dra. Sandra Correa de Garcés

Cuando hablamos de cultura y comunicación en el entorno ciudadano, necesariamente tenemos que referimos al concepto de cultura, entendida ésta en su concepción amplia, la que engloba todos los aspectos del género de vida de una sociedad, es decir, la técnica, la ciencia, política, religión, ética y arte, etc. Aunque se conoce que los trabajos de investigación que se han realizado terminan por restringir su campo, y pasan a darle a la cultura un significado de entretenimiento y/o esparcimiento, al que lamentablemente se han adherido los medios de comunicación en su tarea de difusión cultural, en su gran mayoría.

Con esta consideración podemos afirmar que la cultura "es la expresión del comportamiento humano en todas las esferas de la vida cotidiana", o como la administración cultural actual señala: "ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias, constituyendo el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social".

En el campo de la comunicación sería importante hacer un análisis de qué hacen los medios de comunicación frente a la necesidad cultural de la población y qué es lo que la sociedad podría demandar de los medios de comunicación en sus procesos de desarrollo cultural.

Entre otras, la respuesta se halla en una reciente investigación (1990), realizada por Zulay Meneses Massuh, funcionaría del departamento de investigación de CIESPAL.

Los resultados, son un tanto desalentadores, los temas referentes al desarrollo cultural en los medios de comunicación, tienen espacios reducidos, mientras los atinentes a crónica roja, catástrofes y otros son ampliamente considerados.

1) La actitud de los medios impresos frente al tema cultural es restringida (como se puede observar en el gráfico) la contribución de la difusión cultural es insignificante; prácticamente los periódicos no asumen el papel de agentes culturales, o los estereotipos que difunden no son propiamente el de patrones culturales acordes a los tiempos actuales.

Viven polarizados entre un emotivo y subjetivo reportaje de nuestras tradiciones o un abierto acceso a procesos de aculturamiento foráneo. Mas no evidencian el aquí y ahora cultural que todos nosotros y nosotras representamos, y que debe propender a insertar rasgos culturales de comportamiento tales como la pluralidad, flexibilidad, presenciabilidad, calidad e integridad.

Citemos algunos porcentajes que nos permiten confirmar lo dicho

TENDENCIAS DEL CONTENIDO DE LOS DIARIOS ECUATORIANOS SEGUN COBERTURA

CONTENIDO DE LOS PERIÓDICOS DIARIOS	Local		Prov./Reg.		Nacional		TOT.	%
	N° Pág.	%	N° Pág.	%	N° Pág.	%		
1. Opin. Coment. EdiL	9.0	10.6	20.00	9.5	6	8.1	35.00	9.5
2. Política Nacional	3.0	3.4	28.50	13.6	10	13.5	41.50	11.2
3. Economía	3.0	3.4	8,00	3.8	8	10.8	19.00	5.1
4. Not. Intemac.	4.0	4.7	10.50	5.0	10	13.5	24.50	6.6
5. Deportes	12.0	14.1	31.00	14.8	18	24.3	61.00	16.5
6. Social	5.0	5.8	6.75	3.2	3	4.1	14.75	4.2
7. Entreten./Miscel.	3.0	3.4	7.75	3.7	3	4.1	13.75	3.7
8. Avisos Clasific.	8.0	9.4	30.50	14.5	6	8.1	44.50	12.0
9. Espectáculos	2.5	2.9	6.60	3.1	2	2.7	11.12	3.0
10. Mujer/Fam./Niños	1.0	1.2	4.50	2.2	1	1.4	6.50	1.8
11. Ciencia y Tecnolog.	1.0	1.2	4.50	2.2	-	-	5.50	1.5
12. Educ. y Cultura	3.0	3.4	7.60	3.6	4	5.4	14.60	4.0
13. Crónica Roja	4.0	4.7	23.50	11.3	2	2.7	29.50	8.0
14. Otros (Not. Loe.)	26.5	31.8	20.0	9.5	1	1.4	47.50	12.9
TOTAL:	85.0	100	209.70	100	74	100	378.70	100

Los suplementos, en el Ecuador son una modalidad nueva que han adoptado casi todos los diarios y que lamentablemente mantienen sus mismas características. En su mayoría se dedican al

tratamiento de temas generales, ofrecen su totalidad ediciones aniversarias de los propios diarios o de entidades gubernamentales y privadas.

CONTENIDO DE LOS SUPLEMENTOS					
Temática	Nac.	Prov./Reg.	Local	Total	%
TEMAS GENERALES	6	11	3	20	35.0
NIÑOS	4	-	-	4	7.0
DESARROLLO RURAL	1	-	-	1	1.8
DEPORTES	3	1	-	4	7.0
ECONOMÍA	2	1	-	3	5.2
MUJER	2	-	-	2	3.5
EDUC/CULTURAL	2	-	-	2	3.5
CIENCIA/TECNOL.	1	-	-	1	1.8
INFORMATIVA	1	-	-	1	1.8
VIDA SOC/ESPECT.	1	-	-	1	1.8
OTROS	17	1	-	18	31.6
TOTAL:	40	14	3	57	100

No obstante, en este último año se están publicando suplementos de carácter cultural como son: El Girasol, Matapalo, Para Todos, Panorama, Cultura y la Revista DINERS.

2) El caso de la televisión quizá es el más dramático y negativo y por tanto reflexivo. Todos los canales utilizan producción extranjera, novelas y aventuras enlatadas, crimen, violencia que crean en el público marcos de comportamiento definido y fugados completamente de la realidad, así como demandas contrarias al interés social. Se trata de una verdadera alineación cultural.

Los programas culturales tienen menor difusión, lo cual obedece al carácter eminentemente comercial del medio, el que para nada se compadece con las necesidades socio-culturales del país.

Ejemplaricemos lo dicho en promedio horas

TIPOS DE PROGRAMAS DIFUNDIDOS PROCEDENCIA

Tipo de programa	Nac.	Améric a Latina	USA	Europa	Asia	Total	%
						Hor./Sem.	
NOTICIEROS	39.25	-	-	23.00	-	62.25	14.41
TELENOVELAS	-	60.83	-	-	-	60.83	14.08
MUSICALES	27.66	5.66	15.00	7.00	-	55.32	12.81
ENTRETENIMIEN.	15.66	-	-	38.00	-	53.66	12.42
PROG. DEPORT.	15.00	2.00	7.00	3.83	2.83	30.66	7.10
CULTURALES	2.83	14.32	-	11.32	1.83	30.30	7.01
SERIALES	-	0.83	8.00	5.00	-	23.83	5.51
DIBUJOS ANIMAD.	-	-	14.00	-	6.00	20.00	4.64
REVISTA INFANTIL	-	-	-	0.83	-	0.83	0.19
PROGR. INFANTIL	3.83	-	-	-	-	3.83	0.89
REVISTAS	4.66	0.83	-	12.83	-	18.32	4.24
COMEDIAS	1.00	3.00	13.00	-	-	17.00	3.93
PROGR. MUJER	16.83	-	-	-	-	16.83	3.90
LARGOMETRAJES	-	3.00	7.00	-	-	10.00	2.31
DOCUMENTALES	2.83	-	-	5.66	-	8.49	1.96
PROGR. RELIG.	3.00	-	3.00	-	-	6.00	1.39
OTROS	2.83	-	-	3.00	-	5.83	1.35
PROGR. OPINION	4.00	-	-	-	-	4.00	0.92
TELETEATRO	-	4.00	-	-	-	4.00	0.93
TOTAL	139.38	94.47	77.00	110.47	10.6	431.9	100
	32.3	21.9	17.8	25.5	6 2.5	8 100	

3) La radiodifusión: si mantenemos el mismo enfoque, es también un factor solamente potencial, antes que un instrumento efectivo y real de difusión, promoción y desarrollo cultural, pese a que ella por su cobertura, podría constituirse en un importante medio de apoyo a los procesos de desarrollo cultural. Sólo el 7% del espacio se dedica a la promoción de la educación y la cultura. Los temas más frecuentes son: avances tecnológicos, programas de educación a distancia, programas agropecuarios, salubridad, literatura, preservación del medio ambiente e información artística y cultural.

Las radios emisoras que funcionan en el Oriente pertenecientes a los shuaras y algunas de la Sierra como radio Latacunga, ERPE, Promoción la Voz de la Asociación de Indígenas de Colta y HCJB, transmiten programas educativos en quichua. La totalidad de estos son producidos por las propias emisoras, siendo su radio de acción urbana y rural.

Otro gran problema que confronta el país es la falta de investigación sistemática, sobre los propios medios de información colectiva, el contenido de sus mensajes y sobre los efectos que producen en los diferentes públicos. Solamente un conocimiento cabal de la realidad permitirá el mejoramiento del nivel de éstos, así su participación será más efectiva en los procesos de desarrollo cultural.

La investigación vista con otro propósito fundamental, persigue el perfeccionamiento de los medios, pues éstos constituyen factores potenciales e instrumentos indispensables, para que se puedan poner en ejecución programas de desarrollo cultural.

El Estado frente a los problemas de comunicación colectiva, no ha diseñado una planificación sobre el uso de estos para el desarrollo educativo cultural.

No podemos perder de vista el hecho de que los avances en comunicación colectiva, son sobre todo avances tecnológicos en la propagación de mensajes, pero para las tareas de desarrollo cultural, tienen un valor singular los contenidos de estos mensajes.

Sabemos que la comunicación tiene una trascendencia incalculable, porque a través de ella es posible educar, formar, integrar a las poblaciones a la vida real nacional y crear un cambio social y cultural real, tarea que tiene que cumplirla la prensa, la radio, la TV, es gigantesca sobre todo en las circunstancias que viven nuestras sociedades; lo expresado nos lleva a concluir que bastaría mejorar el contenido de los programas (en cuanto a la cultura) para que la prensa asuma efectivamente el papel ideal que se le asigna (ya que) si nos allanamos al concepto integral de la cultura, enunciada al

inicio de mi intervención, la prensa ejercería su mayor presión e influencia sobre ésta.

Agustín Armas, periodista y analista cultural de uno de los periódicos (más prestigiosos) del país, HOY, hizo un análisis sobre la situación actual de la actividad cultural, necesario de tomarse en cuenta.

Los medios de comunicación —en su conjunto— refuerzan creencias y valores tradicionales cuestionables, fomentan estereotipos, sugieren comportamientos y otorgan categorías.

Es preciso sugerir o mejor dicho demandar del conjunto de medios comunicacionales, su apoyo vital, capaz de propiciar una calidad cultural holística. No circunscrita tan sólo a difundir una calidad de vida determinada y supeditada a los medios materiales de vida de una sociedad.

COMUNICACIÓN Y MERCADO POLÍTICO

Rodrigo Paz Delgado

Como no soy ni un teórico ni un experto en la materia, me limitaré a dar algunos testimonios personales sobre los lineamientos generales de la política de comunicación institucional que se creó e impulsó durante mi gestión como alcalde de Quito.

Es costumbre que en las campañas proselitistas los candidatos pronuncien discursos y presenten -supuestamente- sus planes de gobierno, en concentraciones donde para concitar el interés de la gente, se ofrece -a más de grandes obras- música y licor.

Yo inicié mi campaña electoral de una manera poco convincente. Hice un recorrido por un barrio marginal de Quito y pronuncié mi primer "discurso" ante un auditorio de 7 personas, incluida la comitiva de amigos que me acompañaba.

Sin embargo, en esa intervención -como en todas las que siguieron durante la campaña- utilicé un lenguaje llano y directo, breve y puntual, de acuerdo a mi natural forma de ser, para presentar propuestas pragmáticas a la comunidad.

Nunca empleé un lenguaje ideologizado, con lemas y slogans políticos, con etiquetas y generalizaciones que ya no encuentran eco en la gente.

Un importante número de analistas han expresado que esta forma llana y espontánea de comunicarme, no solo que ha tenido una gran acogida en el pueblo, sino que representa una manifiesta capacidad de comunicar informal y popular, que a mí sinceramente me complace.

Mi estrategia, por lo mismo, fue clara y definida desde un principio: comunicarme al abrigo de la sinceridad. Reconocer mis limitaciones y no buscar presentarme, en ninguna parte, como lo que no era, como lo que no soy.

El pueblo se identificó con mi mensaje. Palpó la diferencia de propuestas, me brindó su confianza y derroté a un adversario que, cuando se inició la campaña, tenía una aceptación del 60% frente al 3% que me concedían las encuestas.

Cuando una persona dirige un mensaje a un grupo, dicha persona generalmente se define y se caracteriza a sí misma. En nuestro medio, por ejemplo, el orador político aparece como el compendio de todas las virtudes, la síntesis de la sabiduría y el gran portador de las soluciones esperadas.

El orador político casi siempre se presenta como el hombre "carismático", es decir, como un individuo extraordinario, fuera de lo común, con cualidades y dones que le convierten en líder y caudillo natural.

Yo que no soy orador ni hombre fuera de lo común, no he caído jamás en la pretenciosa tentación de decir, como Velasco Ibarra: "Dadme un balcón para ganarlas elecciones". "Dadme un balcón y seré presidente".

Aclaro que reconozco en el ex-presidente ecuatoriano a un hombre culto, con gran facilidad de palabra. Sin embargo si alguien confronta sus discursos ante el pueblo con su enciclopédica cultura, termina por descubrir que sus mensajes encendidos y volcánicos eran generalmente pronunciamientos retóricos y vacíos, carentes de propuestas de gobierno. Palabras que trituran a sus rivales políticos, pero no indicaban cómo iba a gobernar.

Confieso públicamente que los discursos me generan una cierta desconfianza, porque los oradores suelen pronunciar grandilocuentemente verdades absolutas, que el pueblo por su parte debe oír y aprobar, sin nunca expresar sus propios puntos de vista.

No se rinde homenaje al pueblo cuando se le atribuye cualidades como paciente, trabajador, generoso y sincero. Se le reconoce sus méritos cuando se lo escucha con respeto.

Por convicción y experiencia afirmo que la mejor forma de comunicarse es dialogar con la gente en forma franca y abierta, sin plataformas de ninguna clase.

El hombre del pueblo que es humilde y franco, advierte intuitivamente la veracidad de los mensajes. Huele la falsedad y siente la pillería. Es que el pueblo está cansado de oír a tanto politiquero que se llena la boca con la justicia social, pero que en el momento de decidirse no cumple nada.

Lo anteriormente expuesto no contradice esta verdad: con mucha habilidad y frecuencia se montan campañas y se diseñan estrategias para engañar al pueblo. Además, las crisis profundas suelen contribuir para que esta capacidad intuitiva de la gente sea desvirtuada. El ejemplo de Alemania, uno de los pueblos más inteligentes y cultos de la tierra, ilustra lo que afirma: cayó en manos de un demagogo que se presentaba a sí mismo como providencial, pero llevó a su patria no solo a la segunda guerra mundial, sino a la destrucción y división del país.

El culto a la personalidad en una mordaza.

El pueblo también rechaza el culto a la personalidad como forma de publicidad política. Así, por ejemplo, en mayo de 1988 cuando yo iniciaba mis labores como alcalde, en el país estaban de moda las cadenas nacionales de radio y televisión, los excesos verbales y las agresiones personales propias de un estilo político prepotente y caudillista, nunca dispuesto a debatir. Estilo político aún vigente que se caracteriza porque no busca desvirtuar lógicamente una afirmación. Busca ofender y desacreditar al adversario.

También había un cinismo propagandístico propio de la política de las primeras piedras: se llenaron carreteras, plazas y calles del Ecuador con letreros amarillos, gigantes y pomposos, que anunciaban otra obra... Inconclusa y frecuentemente no prioritaria. Es decir, había una política de comunicación de corte personalista, incluso narcisista.

El culto a la personalidad es en última instancia, una mordaza, el pueblo es obligado por las redes clientelares a repetir lo que le exigen, sin poder expresar libremente su parecer.

Evaristo: un gran símbolo y un gran comunicador

A menudo he meditado -en mi corta actividad política- sobre la forma en que llegué, sin ninguna experiencia electoral, a la alcaldía de Quito. Sobre los recursos que utilicé en mis recorridos y sobre la respuesta que tuve de la ciudadanía.

A menudo me he preguntado por qué el candidato que era calificado por ciertos partidos como oligarca, fue quien logró establecer una buena y franca comunicación con el pueblo.

En mi campaña electoral hubo canciones y lemas sencillos como Paz para Quito, que tuvieron una gran acogida entre los jóvenes y niños, que lo repetían como estribillo de un jingle. Con la atención que dio mi administración creo haber ayudado a que la ciudad sea menos violenta.

Asumí el desafío de *devolverle a Quito su alegría*, hecho que se cumplió, poco a poco con las obras materiales y culturales que finalmente pude realizar.

Mediante la declaración de *Quito ciudad abierta al arte y la cultura*, se permitió que los artistas (músicos, teatreros y pintores, entre otros) puedan expresarse libremente en las calles y plazas de la ciudad, sin ningún requisito de orden burocrático. Esta iniciativa fue aplaudida por el escritor Eduardo Galeano en un texto que honra al Cabildo.

Con las *jornadas de cultura y peatonización en el Centro Histórico*, se inició el proceso para revalorar debidamente esta zona de la ciudad, caracterizada por su gran valor arquitectónico y artístico, pero además se buscó hacer del Centro un sitio de encuentro de la comunidad.

La guambrateca en cambio no solo es el primer centro de recreación formativa para los niños, sino una demostración de que los niños necesitan jugar y divertirse, como parte de su formación integral.

En el proceso de *devolver a Quito su alegría*, los ancianos hallaron beneficios concretos: exoneraciones tributarias, transporte gratuito y servicios médicos.

Sin embargo, lo que más debo destacar dentro de este Seminario, es la transparencia que hubo en todo momento en mi mensaje: nunca ofrecí más de lo que podía cumplir, ni más de lo que un sano sentido de lo prioritario me orientaba que se podía hacer en cada sector o barrio.

Ya como alcalde, me di cuenta de la necesidad de crear, con el respaldo de los asesores más calificados, una política coherente de comunicación que debía planificarse a partir de la realidad uitiana y social de Quito, con el objeto de apoyar la coordinación institucional, la relación con otras instituciones públicas y privadas, y la movilidad social que demanda una administración moderna y eficiente, para cumplir cabalmente sus fines.

Como parte de esta política, sentí la necesidad de buscar una imagen-símbolo para establecer la indispensable comunicación entre el municipio y la ciudadanía. Una imagen que no debía serla del alcalde de la ciudad, ni mucho menos la de su partido político.

La imagen símbolo de Evaristo, propuesta por el publicista y cineasta ecuatoriano Edgar Cevallos Rosales, cubría todas las expectativas: recogía el espíritu de la ciudad y los valores propios de la quiteñidad; tenía raigambre popular y podía mediar positivamente entre el cabildo y la sociedad civil.

Cuando la idea de recrear a Evaristo se encontraba ya en marcha, eché mano de una reunión familiar para despejar cualquier tipo de dudas.

Como los personajes típicos de la ciudad eran desconocidos para las nuevas generaciones, invité a mis hijas a ver un vídeo con las estampas de Ernesto Albán Mosquera, teatrero que representó con gran éxito parodias agudas, con mensajes sonrientes y amargos, propios de la sazón popular. Para mí, constituyó una gran alegría ver cómo mis hijas reían con las estampas de un personaje típico del costumbrismo quiteño. Es decir, estaba claro que Evaristo había trascendido a su época y demostraba que su estilo era un medio absolutamente válido para buscar una nueva forma de comunicación.

Con la mordacidad propia de su ingenio, el Evaristo reanimado inició campañas educativas y convocó a niños y jóvenes, adultos y viejos, a una concertación en beneficio de Quito. O para utilizar su lenguaje, a un compromiso para sembrar árboles, defender la naturaleza, limpiar la ciudad, hacer mingas y también divertirse y jugar en los momentos oportunos.

Frente a la turbulencia verbal y a los mensajes cifrados de los políticos tradicionales, la voz de Evaristo aparece transparente, sincera, divertida y juguetona.

Con Evaristo además no fue necesario comprar espacios publicitarios. Su campaña cívica fue apoyada decididamente por los diversos medios de comunicación que apenas solicitaron lo indispensable para cubrir los costos de operación.

Dicho en síntesis, Evaristo con su regreso cumplió una múltiple función: primero, la de simbolizar. Segundo, la de orientar y guiar a la ciudadanía. Tercero, la de informar sin nunca parcializarse. Es parte del pueblo y parte del municipio. Como Evaristo siempre mantuvo su independencia, solamente en una ocasión se presentó con el alcalde: el día de despedirlo.

Naturalmente, el personaje tuvo aceptación sin precedentes. Su imagen empezó a ser recreada en las paredes y muros de las más diversas ciudades del país mientras sus opiniones y dichos lo coreaban principalmente los niños, con una alegría que se llama, desde todo punto de vista, identificación y compromiso.

ENCUENTROS CON LA PRENSA

Además del soporte simbólico de Evaristo, el diálogo abierto, franco y semanal que mantuve con los periodistas acreditados ante el municipio, me permitió informar a la ciudadanía sobre los logros y problemas que tenía la ciudad. Mis intervenciones eran claras, concisas y documentadas.

Para que haya la debida continuidad informativa entre el municipio y los periodistas, enviamos a cada uno de los medios la información adaptada a sus características: a la televisión, imágenes; a la radio, sonidos; a la prensa, el texto escrito con fotos y gráficos.

Con la adquisición de instrumentos tecnológicos -equipos de televisión, grabadoras y cámaras fotográficas, entre otros-, no solo se modernizó el departamento de comunicación sino, lo que es más importante, los periodistas de la institución pudieron elaborar en forma técnica y profesional la información que se generaba.

Adicionalmente se impulsó y se dio un carácter popular a un medio de comunicación que había estado sub-utilizado: no recoge tanto la voz del alcalde, cuanto la de los moradores de la ciudad. Sus expresiones culturales y deportivas, sus tradiciones y costumbres, porque la radio se abre a la comunidad y sale a producir sus programas desde los mismos barrios.

En la información que se entregaba a los medios se proyectaba una imagen institucional y no personal del alcalde. Esto significa que todos mis colaboradores tuvieron la posibilidad de comparecer con credibilidad, en el ámbito de su competencia, ante la ciudadanía. El municipio recobró su prestigio y la imagen fue transferida a sus miembros.

Para proporcionar una visión de conjunto, que ratifique principalmente a las instituciones públicas y privadas el trabajo que venía desarrollando el municipio, se creó el periódico *La Comuna* de circulación mensual. En este periódico expresaban sus puntos de vista, de un modo preferente, los concejales y funcionarios de la municipalidad.

Casa adentro se creó un periódico pequeño denominado *Carta de Noticias*, para informar de un modo especial a los empleados y trabajadores sobre las políticas administrativas internas, y sobre las medidas y resoluciones que se estaban tomando en su beneficio.

A estos elementos que hicieron posible una comunicación ágil, moderna, con raíces culturales, hay que sumar dos hechos de gran significación. El primero: nunca dejé de visitarlos barrios ni de recibir a sus representantes en mi propio despacho. El segundo: dispuse la creación de un departamento de promoción popular para procesar diariamente las demandas sociales, especialmente las que venían de los sectores marginales. A continuación voy a explicar la razón de ser de estas decisiones personales y administrativas.

PUERTAS ABIERTAS

Ir a los barrios fue para mí un deber, una responsabilidad y una gran alegría. Me permitió adquirir una visión nueva y distinta de la ciudad porque pude conocer sus problemas directamente y dialogar con el pueblo en su territorio, en el perímetro de sus necesidades. Con mis periódicas visitas también pude convertirme en el primer fiscalizador de las obras que se estaban ejecutando. Creo por otra parte que con la política de puertas abiertas que practiqué al recibir a los representantes barriales en mi despacho, no solo que creaba una imagen desburocratizada del municipio, sino que los conceptos de eficiencia y eficacia institucional, empezaban a tener sentido para ellos porque yo mismo informaba, con la asistencia de los funcionarios, la situación de sus requerimientos.

Paralelamente, con esta política de comunicación el alcalde aprende a ser más solidario, a comprender mejor los problemas sociales y a ser más consciente de la responsabilidad que tiene a su cargo.

También aprende a aceptarla crítica del pueblo y a evitar, de hecho, la corte de incondicionales que le aseguran que todo marcha

estupendamente bien. La incondicionalidad es una lepra política que paulatinamente va mutilando a una autoridad.

No exagero cuando digo que a través de este tipo de comunicación pude descubrir el Quito profundo, conocer a su gente, sentir sus necesidades. Políticamente en cambio, gracias al diálogo franco y a la búsqueda de propuestas de consenso, durante mi gestión no tuve que soportar huelgas, ni mítines políticos, ni protestas desentonadas de ningún sector social.

CREACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE PROMOCIÓN POPULAR

Cuando me posesioné como alcalde tenía una idea casi fija: evitar que la ciudad se le fuera de las manos al municipio. Establecer un vínculo con los asentamientos humanos que crecían aceleradamente alrededor de la ciudad y que habían carecido de atención. Tenía el convencimiento de que no podría cumplir mis propuestas si no establecía una coordinación adecuada con cooperativas, precooperativas, comités pro mejoras y asociaciones pro-viviendas, que de hecho existían y existen a lo largo y ancho de la ciudad.

Con la creación del departamento de promoción popular, compuesto por 50 personas vinculadas a los distintos barrios de Quito, se estableció un vínculo directo, ágil y dinámico entre la comunidad y el municipio.

Los requerimientos de la comunidad eran receptados en los mismos barrios, hecho que permitía que los procese inmediatamente. Así pues, se los remitía a los departamentos técnicos y se obtenía de esta forma, en muy breve tiempo, una respuesta clara para los interesados.

Nunca hubo engaño o distorsión. Oportunamente explicábamos lo que podíamos hacer, la forma en que lo haríamos y el tiempo que tardaría. No pocas veces nos dividíamos las tareas bajo el concepto de que compartir la realización de una obra es la

mejor forma de compartir responsabilidades y lograr una comunicación total.

Con este departamento no se buscó -en modo alguno- crear un aparato para capturar eventuales electores o para cultivar el nefasto clientelismo político. Lo que se hizo fue exactamente lo contrario: eliminar a los intermediarios y tramitadores que habían lucrado a costa del dolor de los más necesitados. No dar cabida a ciertos políticos interesados no en servir al pueblo sino en promocionarse personalmente.

En definitiva, con la acción del departamento de promoción popular se procuró que sea la propia comunidad la que canalice sus demandas, establezca sus prioridades e inicie un auténtico proceso de organización popular.

DIVULGACIÓN DE LA IMAGEN

La comunicación debe estar respaldada por la acción, para lo qué se necesita tener ideas claras y objetivos precisos, conocerlas prioridades y nunca negociarlas en aras de mejorar su imagen personal.

En la campaña el candidato tiene que ganarse la preferencia de la gente para poder ser elegido. En el ejercicio de la función pública la autoridad de turno no tiene tanto que mantener su imagen, cuanto que cumplir responsablemente con el mandato popular recibido en las urnas.

Un alcalde antes que popular debe ser responsable. Debe tener la decisión de sacrificar una dosis de popularidad para tomar medidas a veces impopulares, pero necesarias. A mí me correspondió elevar el monto del impuesto predial después de haber actualizado, depurado y ordenado técnicamente el sistema catastral de Quito. Con esta medida, que fue debidamente explicada a la ciudadanía, se buscaba que el municipio cuente con recursos propios que le permitan pararse en sus pies y realizar las obras que la comunidad reclamaba.

Aplicar los principios de justicia social y distribución equitativa: todos pagaron los impuestos en la medida de sus posibilidades. Los ingresos que ingresaron a la tesorería municipal fueron destinados principalmente a los barrios marginales y populares de Quito.

Cuando concluí mi gestión comprobé que el pueblo no solamente había aceptado las explicaciones que oportunamente le di, sino que se había percatado que esos tributos recaudados, se los estaba devolviendo en obras. Con auténtica satisfacción debo expresar que concluí mi alcaldía con un 84% de aceptación ciudadana.

Lo dicho anteriormente me permite hacer una comparación con el mercadeo comercial. Un producto sin calidad puede tener en el mercado, gracias a la publicidad, una aceptación inicial. Sin embargo, si el producto no mejora, la ciudadanía lo rechaza.

Algo similar sucede en el mundo de la política: un alcalde puede tener una buena aceptación en la ciudadanía en base a una campaña de promoción y creación de imagen, pero si no cuenta finalmente con una obra concreta que lo respalde, esa imagen positiva se pierde.

En este sentido, ninguna estrategia de comunicación y ningún mercadeo político reemplazan a la gestión material que todo administrador debe realizar.

Sin embaído, hay que destacar algo que todo administrador debe conocer. La popularidad es siempre inestable: sube y baja en función de circunstancias coyunturales. Ella no refleja necesariamente el rostro de una gestión administrativa. El ejemplo del ex-presidente peruano Alan García es inapelable y contundente. Con medidas populacheras su imagen se agrandó a los ojos del pueblo y logró, en los inicios de su mandato, una gran aceptación. A este hecho hay que agregar el discurso demagógico que utilizó en cada encuentro con el pueblo. Su desprestigio final enseña algo que yo siempre repito: un político no necesita tanto la popularidad, como

el respeto a su gestión, hecho que no impide, desde luego, que recurra a un mecanismo moderno para evaluar globalmente su labor: los sondeos de opinión que permiten auscultar no solo lo que piensa el pueblo sobre una gestión determinada, sino conocer los temores, esperanzas y los vaivenes de ese mosaico social que es la llamada sociedad civil.

Para el politólogo Mariano Grondona, Director de la revista interamericana *Visión*, las encuestas de opinión son una metáfora de la democracia total que se practicaba en Atenas: si el pueblo ya no puede físicamente reunirse en una plaza pública para opinar, tiene ahora la posibilidad de expresar sus criterios a través de las encuestas que posteriormente difunden los medios modernos de comunicación. Según él, ha nacido la democracia electrónica que permite evaluar una gestión político-administrativa y analizar el nivel de comunicación de un personaje público. Con toda razón Grondona advierte que las encuestas son una especie de mini plebiscito que orientan y guían a un administrador.

Es explicable que así sea. La buena imagen de un hombre público y de una institución, son vitales: mueven a la cooperación y participación ciudadana. Sin una buena imagen, ni el pueblo ni la empresa privada colaboran, ni se comprometen positivamente con las propuestas que se les formula.

Para decidirlo en una sola frase: el trabajo más una buena promoción, dan como resultado el éxito.

EL MERCADEO POLÍTICO

Sintetizo y concluyo. En los discursos políticos no siempre hay un mensaje claro, ni una reflexión sobre el país y las propuestas de gobierno que se puedan llevar adelante. No siempre hay el qué se va a realizar ni mucho menos el cómo se va a hacer. El Velasco Ibarra en miniatura que muchos dirigentes políticos llevan dentro les hace ser retóricos, ofrecer más de lo que pueden cumplir, incluso ganar las elecciones y llegar al poder pero nunca gobernar eficaz y eficientemente, con dimensión de país.

En estos días estoy leyendo un libro interesante. Se llama *El Pez en el Agua* y su autor es el novelista peruano Mario Vargas Llosa.

En este libro de carácter autobiográfico, el escritor reflexiona sobre su incursión en el mundo político y sobre su campaña electoral: Vargas Llosa, en una parte sustancial de su libro, escribe:

Ya metido en la candela, hice un descubrimiento deprimente. La política real, no aquella que se lee y escribe, se piensa y se imagina -la única que yo conocía-, sino la que se ve y practica día a día, tiene poco que ver con las ideas, los valores y la imaginación, con las visiones teleológicas -la sociedad ideal que quisiéramos construir- y, para decirlo con crudeza, con la generosidad, la solidaridad y el idealismo. Está hecha casi exclusivamente de maniobras, intrigas, conspiraciones, pactos, paranoias, traiciones, mucho cálculo, no poco cinismo y toda clase de malabares. Porque al político profesional, sea de centro, de izquierda o de derecha, lo que en verdad moviliza, excita y mantiene es el poder: llegar a él, quedarse en él o volver a ocuparlo cuanto antes. Hay excepciones, desde luego, pero son eso: excepciones. Muchos políticos empiezan animados por sentimientos altruistas -cambiar la sociedad, conseguir la justicia, impulsar el desarrollo, moralizar la vida pública-, pero, en esa práctica menuda y pedestre que es la política diaria, esos hermosos objetivos vari dejando de serlo, se vuelven meros tópicos de discursos y declaraciones -de esa persona pública que adquieren y que termina por volverlos casi indiferenciables- y, al final, lo que prevalece en ellos es el apetito crudo y a veces inconmensurable de poder. Quien no sea capaz de sentir esa atracción obsesiva, casi física, por el poder, difícilmente llegará a ser un político exitoso.

Seguidamente Vargas Llosa lamenta su ingenuidad política: hace propuestas de gobierno, expresa sus ideas económicas, exterioriza sus puntos de vista políticos y anuncia su decisión de transformar su país, son medidas de austeridad y sacrificio.

El resultado que obtuvo fue lamentable para él: el pueblo terminó por ausentarse y rechazar finalmente su candidatura. Fujimori en cambio hizo un trabajo de hormiga en las barriadas y pueblos jóvenes del Perú. Basado en visión populista de la política, no llega a expresar nunca la idea fuerza que mueve a su candidatura. Habla generalidades y es, según Vargas Llosa, una fiel expresión de la viveza criolla y la astucia política tradicional.

La política con sus prácticas oportunistas, con la violencia verbal y física que rompe la convivencia civilizada, con el discurso falso y postizo que termina en oferta demagógica, no ha calado en la comunidad. El pueblo se muestra, con razón, escéptico antes los declamadores de gangas electorales.

Está pues claro que en estos tiempos no basta hablar de la modernización del estado. Hay que empezar con algo que lo precede: la modernización de la política. Esto es, con la forma de entenderla, asumirla y practicarla. La política debe ser una actividad transparente, un medio para servir al pueblo y no para servirse de él; Un instrumento para impulsar la transformación del país y no para buscar una promoción individual o de grupo.

Es preciso modernizar la política para reafirmar la democracia e impulsar los cambios que el pueblo escépticamente reclama. Haber calificado en términos económicos y sociales, a la década de los ochenta, como década perdida, es un acierto conceptual: El anhelado desarrollo económico no se ha producido. Los indicadores económicos, con su frialdad matemática, confirman el atraso que se vive en casi toda Latinoamérica. Y digo *casi* porque encuentro en Chile a un país con un franco y sostenido desarrollo.

La democracia no ha establecido un orden social más justo. Ésa es la gran limitación que, con razón, se la puede imputar. Esto no significa, sin embargo, que la democracia haya fracasado. Significa que todos debemos unir esfuerzos y trabajar, como dice Octavio Paz, "para transformar nuestros países en sociedades realmente modernas y no en meras fachadas para demagogos y turistas".

**EVARISTO: UNA CAMPAÑA DE
COMUNICACIÓN PARA LA CIUDAD DE
QUITO**

Edgar Numa Cevallos Rosales

La comunicación formal utiliza el sistema piramidal de EMISOR en la cúspide y RECEPTOR en la base, es decir, que el mensaje desciende casi por gravedad, de "arriba hacia abajo" y no de "abajo hacia arriba", como debería ser y como lo demostraré en esta charla. (Ruego no se piense que estoy parafraseando a un conocido y respetado político ecuatoriano).

En efecto, la comunicación oficial, llámese esta del poder ejecutivo, de los organismos o instituciones seccionales, emite sus mensajes buscando informar y persuadir a la opinión pública de la bondad de sus acciones. Sin embargo, a pesar de la enorme voluntad expresada en cientos de reclamos, y por lo general con enormes inversiones, choca con un público que levanta un gran escudo para protegerse de la arremetida de estos discursos. Es que el sinnúmero de mensajes con los que diariamente se bombardea al ciudadano, lo vuelve "impermeable" a aceptar textos e imágenes ajenos a sus necesidades, que aumentan cada día, por la crisis que lo afecta. El ciudadano, busca en los medios de comunicación información y sobre todo, esparcimiento. De allí que cada vez es más difícil encontrar el recurso adecuado para llegar al público. La publicidad moderna utiliza todo tipo de medios para lograrlos: extraordinaria fotografía, hermosas canciones, gráficos sugerentes, todo en busca de recordación, de la fórmula que le permita vencer las defensas de ese bastión, casi inexpugnable denominado RECEPTOR.

Analizando la publicidad oficial, podríamos decir que adolece de novedad y sobre todo de CREDIBILIDAD. Billy Graham decía: " Tengo un maravilloso producto que es Dios y tengo que venderlo como un jabón". Que más digno de credibilidad que los mensajes religiosos que son profesión de fe y sin embargo el extraordinario predicador usa todos los medios de la publicidad comercial, para propagar las ideas de su credo. De igual forma el comunicador debe recurrir a todo tipo de arbitrios para lograr el cambio. Es que la comunicación debe enfrentar el reto: SER ORIGINAL Y CONFIABLE.

La originalidad corresponde al equipo de personas que realizan los mensajes, en publicidad los llamados "creativos", confiabilidad, corresponde al emisor. En estos últimos radica el problema más grave de la comunicación oficial e institucional. ¿Cómo lograr CONFIABILIDAD en instituciones que por décadas se han desacreditado?

Desde el primer día de funciones el representante elegido por voto popular debe dar muestra de vigor, entereza y honestidad. Estos atributos, que el público persigue con gran agudeza, son comprobados diariamente y deben ser mantenidos en la conciencia ciudadana a través de una adecuada información, que no debe hacer uso de los recursos ni de los medios de la publicidad. Si el emisor incurre en el error de utilizar la publicidad para esos fines, no tardará en ser objeto de burla y desprestigio. La discreción y modestia debe ser atributo principal de un EMISOR confiable. Es que alabanza en boca propia...

El fin de siglo encuentra al Ecuador tratando de entrar al mercado de la competencia, donde las reglas del marketing y la investigación son piezas fundamentales de éxito. De igual manera lo son para la comunicación. Si las normas del mercado dicen "particularizar la oferta para satisfacer la demanda", la publicidad debería particularizar el mensaje con el conocimiento total del emisor. Sin duda, a esto se llegará con las nuevas tecnologías. Limitémonos a decir que es mucho más fácil nadar a favor del agua que nadar contra corriente. El conocimiento del público receptor a través de encuestas que miden el grado de aceptación de un hecho o persona, y de sondeos de opinión con los que podemos saber la forma de pensar del receptor y proyectarla al futuro, nos permitirá interpretarlo y guiar nuestra comunicación sin mayores obstáculos, venciendo aquel escudo protector al que hicimos referencia. Así estaremos en capacidad de decir lo que el público piensa, en el momento adecuado y en la forma que lo quiere escuchar.

Habíamos mencionado la palabra ORIGINALIDAD en el mensaje, que no es sino esa forma particular que tiene el llamado creativo publicitario, para tomar de su memoria imágenes, textos,

ritmos, y adecuarlos, al momento, con su sello personal. Ese detalle original hace la NOVEDAD que utilizará, por qué no, todos los recursos de la tecnología moderna.

Por fin tenemos los tres elementos básicos para una comunicación efectiva: EMISOR CONFIABLE, CONOCIMIENTO DEL RECEPTOR Y ORIGINALIDAD. Sólo nos hace falta escoger bien los medios de comunicación, revisar los presupuestos, e invertir la pirámide de la comunicación.

A diferencia de la comunicación formal que expone únicamente el punto de vista del emisor e impone este punto de vista al receptor, la ponencia que presento su resumen en los siguientes puntos:

1. De acuerdo con el EMISOR, se establece lo que se va a comunicar, seleccionando un solo tema. NO MÁS DE UNA INFORMACIÓN A LA VEZ.
2. Se consulta al RECEPTOR lo que piensa del EMISOR, de la obra o del hecho a COMUNICAR.
3. Con la forma de expresión del RECEPTOR, en palabras sencillas, sin formalismos, se elabora el mensaje.
4. Gráficos, textos, música y demás elementos de la comunicación deben responder a las formas aceptadas por el RECEPTOR, Es recomendable realizar Focus Groups.
5. Elaborar pocas piezas de campaña. El número excesivo de artes, spots, cuñas y demás diseños pueden confundir al RECEPTOR y dar la idea de "una ofensiva campaña millonaria". La repetición del mensaje en espacios adecuados garantiza la permanencia del mensaje.
6. Seleccionar los medios de comunicación y horarios según costumbres generalizadas del RECEPTOR.

La experiencia de la comunicación de EVARISTO, ratifica los puntos expuestos, ya que logró la atención, comprensión y aceptación del público, no solo en la ciudad de Quito, sino en todo el país. Experiencias de investigación demuestran que los mensajes de EVARISTO son comprendidos a cabalidad hasta en los barrios más deprimidos de Guayaquil.

El personaje creado por Alfonso García Muñoz en la columna "Estampas de mi ciudad", fue interpretado por más de 50 años por el primer actor nacional Ernesto Albán Mosquera. EVARISTO fue el fiscal del pueblo, su voz, imagen y conciencia.

En la búsqueda de un personaje que representara a la colectividad, de la memoria popular surgió EVARISTO, que graficado en la forma más simple, tomó vida para llevar mensajes de alegría y responsabilidad social.

Invertir la pirámide de la comunicación y adicionalmente crear un interlocutor gráfico, era un reto muy grande que únicamente la mente clara del Alcalde Paz lo hizo posible. Ahora podemos decir con satisfacción que el ejemplo de EVARISTO es seguido en varias ciudades de América, y se lo estudia en Europa como fenómeno de comunicación.

La eficacia de los mensajes de EVARISTO, representa una gran responsabilidad social, ya que el personaje trasciende los límites del creativo, para convertirse en un símbolo popular, que se produce espontáneamente en múltiples expresiones gráficas.

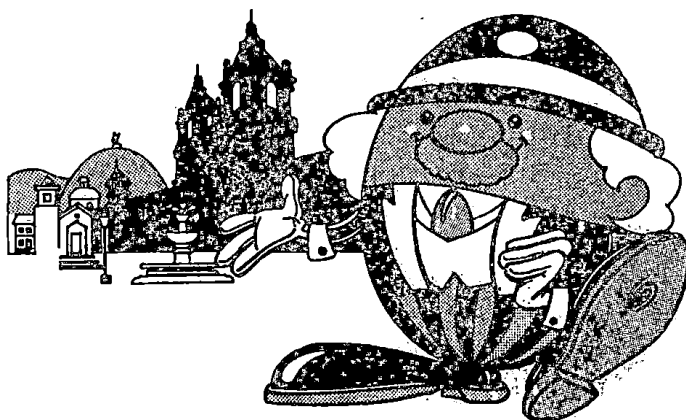
EVARISTO logró cambiar la opinión y percepción del ciudadano respecto de su Municipio y autoridades. Recuperó el afecto de quienes conocieron al actor y conquistó el cariño de los niños y jóvenes que gozaron las "Estampas Quiteñas" del popular "Omoto Albán", y produjo acciones positivas por parte de toda la comunidad, haciendo que los objetivos de comunicación se cumplan a cabalidad. Los niños son quienes con más facilidad receptan los mensajes de EVARISTO, repiten y recuerdan a los mayores, convirtiéndose en

muchos casos, en la conciencia colectiva. Por esto, el personaje y sus consejos perdurarán en el tiempo.

La campaña de comunicación de EVARISTO es un ejemplo de permanencia en los medios de comunicación y sus costos serían enormes, de no haber existido el aporte de los medios de comunicación, principalmente televisión y radio, que reducen sus tarifas a menos del diez por ciento del valor comercial. Es que la comunicación de EVARISTO no promueve personas sino acciones en favor de todos.

Mensajes de buenas costumbres, de respeto a la ciudad y al medio ambiente se combinan con pedidos de colaboración y paciencia para soportar las incomodidades que producen las obras en ejecución de un Municipio responsable. EVARISTO cambia al hombre y lo vuelve sujeto activo y colaborador en las acciones de la comunidad. La frase "Cada quien debe cuidar de Quito su pedacito" es un hecho que se siente en el diario convivir de una ciudad que enfrenta su futuro con responsabilidad.

La experiencia de la campaña de concientización ciudadana con el personaje EVARISTO promovida por el I. Municipio de Quito y la Fundación Caspicara, ratifica que decisión y acción caminan juntas, cuando el servicio a la comunidad es el objetivo.



DECLARACIÓN DE ROSARIO POR EL DERECHO A LA CIUDAD

Los asistentes al Seminario Internacional COMUNICACIÓN Y CIUDAD, celebrado en Rosario, Provincia de Santa Fe, República Argentina, del 24 al 26 de agosto de 1992.

Teniendo en cuenta especialmente la Resolución 25 C/105 de la UNESCO relativa al Área Principal IV del Programa "La Comunicación al Servicio de la Humanidad" que figura en el Tercer Plan a Plazo Medio para 1990/1995; la Declaración de Estocolmo acordada por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano reunida del 5 al 16 de junio de 1972, en particular los principios 1, 2, 6, 8, 11, 13, 17, 19, 20, y 24; la Declaración de Nairobi, aprobada en la 13a. sesión del período de la Asamblea General de las Naciones Unidas; la Resolución 25 C/ 103 de la UNESCO relativa al Área Principal ni del Programa "La Cultura: Pasado, Presente y Futuro" que figura en el Tercer Plan a Plazo Medio para 1990-1995, en particular los Programas II. 1 y m.3; la Declaración del Río emanada de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo celebrada del 3 al 14 de junio de 1992; en particular los puntos 1, 3, 4, 6 y 10; y el informe 1990 sobre el Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en particular el capítulo 3 "Urbanización y Desarrollo Humano".

Tomando nota con satisfacción que él encuentro fue una valiosa jornada para el intercambio de opiniones y puntos de vista, así como para la reflexión y el aporte fecundó de ideas a cerca de las funciones y procesos de la comunicación como parte de la dinámica y funcionamiento de la vida en la ciudad, todo lo cual contribuyó a destacar la importancia del tema abordado.

Reconociendo que lo urbano constituye un conglomerado humano en medio del cual funciona de manera permanente un complejo sistema de información y comunicación, y que la consecución de una ciudad más solidaria y la reivindicación y defensa del derecho a la ciudad pasan necesariamente por una comunicación democrática, eficiente, útil y participativa.

Considerando la profunda crisis de las ciudades latinoamericanas debida, entre otros factores, a: (a) una ruptura de los canales interpersonales de comunicación; (b) la disminución de espacios y posibilidades para el protagonismo popular y su expresión cultural; (c) la drástica reducción de los medios, fuentes y flujos de información para la toma de decisiones por parte del ciudadano; (d) el desequilibrio existente entre la dotación de los servicios y el tamaño y distribución espacial de sus núcleos de población; (e) la carencia de recursos económicos de los gobiernos locales para hacer frente a las demandas que se les plantean; (f) la contaminación del medio ambiente urbano producida por la emisión de gases de los centros industriales y de los vehículos, la acumulación de desechos sólidos, el ruido, la anarquía arquitectónica de edificios, sistemas viales y viviendas y la producción y difusión de todo tipo de mensajes visuales ofreciendo variados productos y servicios; (g) la violencia y la agresión física; (h) el ineficiente nivel de avance en la actualización y perfeccionamiento de los mecanismos de planeamiento urbano; (i) la reducción y en algunos casos la carencia de lugares públicos tales como áreas verdes, parques, centros comunales, etc. que estimulen la comunicación e interrelación entre los ciudadanos, así como faciliten su recreación y encuentro amable con su ciudad.

Tomando en cuenta que datos estadísticos recientes de fuentes especializada señalan que tres de cada cuatro latinoamericanos viven en ciudades y que la mayor parte de la población en estado de pobreza en la región reside en áreas urbanas de manera hacinada y con frecuencia carente de todo servicio y oportunidades para su realización material y espiritual.

Advirtiendo, que los factores señalados constituyen una de las causas del deterioro del nivel y calidad de vida, así como de un creciente malestar urbano de importantes sectores de la población de las ciudades de América Latina.

Observando con preocupación que una de las consecuencias más notorias de tales carencias, dificultades y problemas es la pérdida de la capacidad de la ciudad para ofrecer a sus habitantes posibilidades ciertas que garanticen, estimulen y promuevan una comunicación participativa, organizada, pluralista y eficiente así como una positiva relación ciudadano-ciudad.

Tomando nota con interés de que frente a tales problemas y carencias se observa una creciente movilización de la sociedad civil, organizaciones intermedias, medios de comunicación social, instituciones internacionales, en especial del Sistema de las Naciones Unidas y órganos de Estado hacia la animación de procesos de transformación tendientes a promover el cambio favorable de las políticas de gestión urbana. Así mismo, representa un signo alentador la presencia cada vez mayor, de origen democrático, popular y directo, de los gobiernos de las ciudades (intendencias o alcaldías) en los países latinoamericanos; con ello se fortalecen dichas instituciones adquiriendo mayor autonomía política y económica a la par que aumenta y se evidencia más su grado de responsabilidad e identificación ante contribuyentes y electores.

Tomando nota a propósito del tema que nos convocó al seminario "Comunicación y Ciudad" de los conceptos expresados por el PNUD en cuanto a la necesidad de ampliar las oportunidades de los individuos para hacer que el desarrollo humano sea más democrático y participativo. Una de tales oportunidades "es el acceso al ingreso y al empleo, a la educación y a la salud, y a un entorno físico limpio y seguro (...) los hombres, las mujeres y los niños deben ser el centro de atención y a su alrededor debe forjarse el desarrollo (...). También se les debe dar la oportunidad de usar sus capacidades para participar a fondo en todos los aspectos de la vida y expresarse libre y creativamente (...). Así concebido, el desarrollo ayudaría a mejorar el espacio individual y social de cada cual".

Felicitando a la Fundación SOLIDARIDAD con sede en Rosario, Provincia de Santa Fe, República Argentina, por la actuación cumplida como base institucional, organizadora y coordinadora del Seminario "Comunicación y Ciudad" y por el afecto que supo brindar a sus asistentes.

Felicitando asimismo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) por el auspicio otorgado al seminario y por haber propuesto y animado esta iniciativa para considerar el tema de la comunicación en relación con el desarrollo de la ciudad y el mejoramiento de la calidad de vida urbana.

Agradeciendo a la Presidencia de la República Argentina y al Honorable Senado de la Nación, así como a las siguientes instituciones y empresas del país, por el patrocinio otorgado al seminario: Ministerio de Educación y Cultura de la Nación, Comisión Bicameral Administradora de la Biblioteca del Congreso, Organización de los Estados Americanos (OEA), Representación de la Secretaría General de la O.E.A. en Argentina, Comisión Interamericana de Mujeres (CIM de la OEA), Instituto Federal de Estudios Parlamentarios, Ministerio de Educación de la Provincia de Santa Fe, Cámara de Diputados de la Provincia de Santa Fe, Subsecretaría de Cultura de la Municipalidad de Rosario, H. Consejo Deliberante de la Municipalidad de Rosario.

RECOMENDAMOS

Primero, que frente a la crisis de las ciudades y las acciones emprendidas o a emprender para resolverla, los organismos nacionales e internacionales competentes tomen, entre otros, las siguientes medidas:

- 1.** Mejorar el manejo de los recursos disponibles a nivel de los gobiernos locales. Este hecho es subrayado por el PNUD en su informe 1990 sobre Desarrollo Humano al señalar que "Hoy en día la atención que reclaman las ciudades debe concentrarse en una mejor gestión urbana. (...) la administración de las ciudades debe

interesarse mucho más en movilizar la riqueza urbana en beneficio de toda la comunidad, mantener y desarrollar la infraestructura y las redes de servicios indispensables y atender las necesidades del número creciente de ciudadanos pobres".

2. Promover y/o apoyar, de ser el caso, la transferencia de funciones y atribuciones desde los gobiernos centrales.

3. Estimular a los gobiernos locales para que diseñen e instrumenten mecanismos adecuados y eficientes para posibilitar una relación más estrecha entre su gestión, las sociedades intermedias y los ciudadanos.

4. Ampliar y propiciar la participación ciudadana en los asuntos del interés público.

5. Promover el diseño y desarrollo de canales y mecanismos de comunicación e información administrativa eficientes y oportunos que faciliten una mejor interrelación entre el ciudadano y los diferentes organismos y autoridades del gobierno local.

Segundo, que se considere y asuma a la comunicación en su sentido global como actividad prioritaria y parte integral de las políticas, programas y planes de los organismos públicos con responsabilidad en el desarrollo urbano. En especial se sugieren las siguientes acciones:

1. Que las instituciones especializadas de América Latina, las universidades, los organismos y convenios de cooperación regionales, las intendencias o alcaldías lleven a cabo de manera sistemática un mayor número de investigaciones y análisis acerca de las características y dinámica comunicacional en la ciudad con especial énfasis en los medios, fuentes y mecanismos de comunicación e información que utilizan los ciudadanos para predecir su entorno e interrelacionarse con sus conciudadanos y el medio urbano y por otra parte, acerca de las posibilidades de que la arquitectura, el reordenamiento urbano, la conservación del medio ambiente geográfico y físico, el patrimonio artístico y cultural, etc.

puedan ser debidamente utilizados para mejorar las posibilidades de comunicación de la ciudad con y para sus habitantes.

2. Incorporar a las intendencias o alcaldías programas integrales de comunicación en apoyo a los planes de desarrollo de la ciudad, particularmente aquellos pertinentes a la cultura, servicios públicos, ordenamiento urbano, medio ambiente, circulación y automotor y peatonal, recreación ciudadana, educación y arte, desarrollo de complejos comerciales, habitacionales y viales, y gestión del suelo urbano.

3. Motivar a los medios de comunicación social nacionales y locales para que estos acentúen la atención que han venido prestando a la información y análisis de los problemas y sus posibles soluciones que afectan a las ciudades. De igual forma que se constituyan con mayor frecuencia en canales de expresión de las organizaciones intermedias y de los ciudadanos para el cabal conocimiento de las realidades urbanas y de los mecanismos orientados al mejoramiento de la calidad de vida y la participación ciudadana.

4. Que los organismos nacionales e internacionales especializados presten asistencia técnica a las intendencias y alcaldías de los países de América Latina por una parte para el diseño, organización y ejecución de programas de comunicación y, por la otra, para la capacitación de sus recursos humanos en la aplicación de métodos y técnicas de planificación de la comunicación como apoyo y vinculación coherente a las políticas de reordenamiento urbano haciendo especial hincapié en el aspecto sociocultural del desarrollo de la ciudad.

Tercero, a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura que continúe con igual entusiasmo promoviendo en los países de América Latina la reflexión, conocimiento, estudio y enriquecimiento conceptual del tema Comunicación y Ciudad.

Cuarto, a las otras agencias del Sistema de Naciones Unidas tales como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), Organización Mundial de la Salud (OMS), Foro de las Naciones Unidas para la Población (UNFPA), Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y también a las agencias y fundaciones nacionales para la cooperación y el desarrollo que presten su valioso concurso mediante el apoyo económico a proyectos globales o parciales de comunicación para el desarrollo de las ciudades en beneficio de un ambiente urbano más solidario y confortable..

ACORDAMOS

Finalmente solicitar muy deferentemente, a la Presidente de la Fundación Solidaridad, Senadora Nacional Liliana Gurdulich de Correa, sus buenos oficios para que la presente Declaración alcance una amplia y oportuna difusión tanto en Argentina como en los demás países de América Latina y los organismos Internacionales pertinentes.

Dado en Rosario, provincia de Santa Fe, República Argentina, a los 26 días del mes de agosto de 1992.

Este libro se terminó de imprimir en el mes
de abril de 1994 en los Talleres Gráficos
de la Universidad del Azuay, siendo
Rector el Dr. Mario Jaramillo P.
y Director de la Imprenta
el Sr. Pedro Cáceres.