

Territorios 37 / Bogotá, 2017, pp. 205-228
ISSN: 0123-8418
ISSNe: 2215-7484

Comunicación urbana: antecedentes y configuración de líneas de investigación en América Latina y España*

*Urban Communication: Background and Research Lines
in Latin-America and Spain*

*Comunicação urbana: antecedentes e configuração de linhas
de pesquisa na América Latina e na Espanha*

Óscar Julián Cuesta Moreno**
Sandra Meléndez-Labrador***

Recibido: 19 de mayo de 2016

Aceptado: 13 de marzo de 2017

Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.4889>

Para citar este artículo:

Cuesta Moreno, Ó., & Meléndez-Labrador, S. (2017). Comunicación urbana: antecedentes y configuración de líneas de investigación en América Latina y España. *Territorios*, 37, 205-228. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.4889>



* Artículo resultado del proyecto *Comunicación urbana, inclusión y discapacidad* financiado por la *Fundación Universitaria Los Libertadores* (Colombia).

** *Comunicador social, Especialista en Docencia Universitaria, Magíster en Educación. Docente e investigador de la Fundación Universitaria Los Libertadores, en temas de Comunicación urbana y pedagogía urbana. Correo electrónico: oscarjuliancuesta@gmail.com. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7181-1183>*

*** *Comunicadora social, Magíster en Comunicación Estratégica, estudiante de Doctorado en Comunicación de la Universidad del Norte (Colombia). Correo electrónico: slabrador@uinorte.edu.co. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6856-5361>*

Palabras clave
*Comunicación, ciudad,
comunicación urbana.*

Keywords
*Communication, city,
urban communication.*

Palavras-chave
*Comunicação, cidade,
comunicação urbana.*

RESUMEN

El presente artículo expone los resultados de revisión documental sobre comunicación urbana y comunicación y ciudad de América Latina y España, realizada con el objetivo de identificar los abordajes teóricos y las propuestas de líneas de investigación para el estudio de este campo. Los resultados encontrados comprenden la relación comunicación-ciudad-lo urbano desde categorías transversales de estudio como el lenguaje, el discurso, los medios de comunicación y las interacciones sociales, a través de procesos de representación, mediación espacial, apropiación simbólica, mercantilización, transformación urbana, participación ciudadana y expresión de sentidos. En conclusión, desde perspectivas como la sociológica, la política, la cultura, la económica, la humana y la tecnológica se ha podido consolidar en veinticinco años una nutrida variedad de líneas de investigación que ratifican la comunicación urbana como un campo de estudio multidisciplinar que contribuye ampliamente en los debates sobre los problemas que trae consigo el crecimiento de las ciudades.

ABSTRACT

This paper presents the results of the review of publications on urban communication and communication and city in Latin America and Spain. The aim was to identify the theoretical approaches and potential research guidelines for study this field. The results include the relationship between communication-city-urban from transversal categories of study such as language, discourse, social interactions and media, through processes of representation, spatial mediation, symbolic appropriation, marketing, urban transformation, citizen participation, and expression of senses. In conclusion, from perspectives as the sociological, political, cultural, economic, human and technological, since the 90's have been able to consolidate a large variety of research that ratify urban communication as an field of multidisciplinary study which contributes widely in discussions on the problems brought about by the growth of cities.

RESUMO

O presente artigo expõe os resultados de revisão documental sobre comunicação urbana e comunicação e cidade da América Latina e da Espanha, realizada com o objetivo de identificar as abordagens teóricas e as propostas de linhas de pesquisa para o estudo deste campo. Os resultados encontrados compreendem a relação comunicação-cidade-o urbano desde categorias transversais de estudo como a linguagem, o discurso, os meios de comunicação e as interações sociais, através de processos de representação, mediação espacial, apropriação simbólica, mercantilização, transformação urbana, participação cidadã, e expressão de sentidos. Em conclusão, desde perspectivas como a sociologia, a política, a cultural, a econômica, a humana e a tecnológica, se têm conseguido consolidar em vinte cinco anos uma nutrida variedade de linhas de pesquisa que ratificam a comunicação urbana como um campo de estudo multidisciplinar que contribui amplamente nos debates sobre os problemas que traz consigo o crescimento das cidades.

Introducción

Según la Organización de Naciones Unidas el 54 % de la población mundial reside en áreas urbanas y se prevé que esta cifra crecerá en los próximos años (Centro de Noticias ONU, 2014); en esa línea, la planificación de las ciudades exige un debate permanente y complejo para lograr brindar las mejores condiciones posibles a sus pobladores, en la cual aporten diferentes campos del saber y los asuntos urbanos puedan problematizarse abiertamente para producir soluciones en varias dimensiones (Moreno, Bardí & García, 2010).

En el marco de los actuales procesos de producción y de migración, la ciudad y sus dinámicas no pueden simplificarse a un tema de orden espacial y de diseño de estructuras e infraestructuras, pues la genealogía de los problemas de las urbes tiene su raíz, entre otros, en aspectos sociales, culturales, políticos, ambientales y económicos, que no se resuelven únicamente con intervenciones físicas. Precisamente, uno de los campos del saber que puede aportar significativamente en el debate de los problemas urbanos y la planificación de las ciudades es el de la comunicación. De hecho, pensar la ciudad desde la comunicación es un tema que se manifiesta en diversos objetos de investigación, que suelen agruparse bajo la denominación de comunicación urbana.

Con lo anterior, este artículo presenta los resultados de una investigación que consistió en revisar artículos, libros y ponencias que abordaran el tema de la

comunicación y la ciudad en América Latina y España, con el objetivo de determinar los abordajes teóricos que se han realizado sobre la comunicación urbana e identificar líneas de investigación recurrentes en esta materia.

1. Metodología

Se realizó una revisión documental de carácter descriptivo, determinada por un corte temporal y geográfico. De esta manera, se tuvieron en cuenta trabajos publicados entre 1990 (año en el que se publica el primer trabajo sobre la materia del que se tenga antecedentes en América Latina) y 2015 (año anterior a la pesquisa). Frente al corte geográfico, el estudio contempló documentos académicos de América Latina y España, dado que se evidencian continuidades conceptuales alrededor del concepto de comunicación urbana entre los trabajos de estas latitudes. La búsqueda se desarrolló en bases de datos virtuales de ciencias sociales bajo los descriptores: comunicación urbana y comunicación y ciudad, identificándose y revisándose 82 documentos en total, cuya información se organizó en una matriz que clasificaba los trabajos según su temática.

2. Resultados y discusión

En la revisión realizada se encontró una afinidad argumental entre los postulados teóricos que sostienen la comunicación urbana (CU) como campo de investigación, particularmente, con el papel que le

asignan a la comunicación en las tensiones políticas y sociales consustanciales a la configuración urbana. Del mismo modo, se identificaron objetos de investigación recurrentes en los trabajos y que permitieron clasificar las líneas de interés en este campo desde la sociología, los estudios culturales, la política y la economía política de la comunicación, dentro de las perspectivas hermenéutica/interpretativa y crítico-social.

A continuación se realiza una descripción de los hallazgos encontrados, exponiendo en un primer momento los abordajes teóricos que sostienen la existencia del campo de la comunicación urbana; desde estos, algunos autores proponen líneas de investigación para la CU. Posteriormente, se agrupan y describen los trabajos según intereses de investigación recurrentes, presentados en tópicos que los clasifican por su afinidad.

2.1 Frente a la teorización de la comunicación urbana

En los documentos revisados, las primeras reflexiones que teorizan la comunicación y la ciudad se remontan a la década de los 90. Estas primeras reflexiones tienen una perspectiva hermenéutica, en especial, centran sus argumentos en la posibilidad interpretativa que traen el universo simbólico de las ciudades. Otros autores articulan este abordaje con marcos teóricos sociológicos, de la teoría política y de los estudios culturales. A continuación se ex-

pondrán dichos aportes teóricos en orden cronológico desde 1995 hasta 2007.

El análisis de la ciudad como elemento comunicativo inicia con Reguillo en 1995, quien considera que la ciudad encierra múltiples identidades, dado que implica diferentes relaciones con el territorio, tanto a nivel real como *simbólico*, lo que deriva en prácticas sociales. En esa línea, la ciudad es un lugar de investigación porque en ellas acaecen las tensiones y negociaciones entre múltiples grupos que pugnan por sentidos sociales.

Reguillo (1995) destaca la importancia de estudiar la ciudad desde la comunicación para “contribuir al entendimiento de las relaciones entre la práctica social de la investigación, las prácticas cotidianas de los sujetos y los saberes de la comunicación” (p. 111). En ese marco, propone entender la ciudad como espacio donde se “construyen códigos o se decodifican significados” (p. 113). Lo anterior, teniendo en cuenta que en la ciudad los sujetos encuentran significados (lugares que dan sentido y motivan experiencias); además, la urbe está siempre en construcción, por lo que hay que pensar la manera como la comunicación puede influir en su diseño.

Estudiar la ciudad desde la comunicación implica para Reguillo (1995): 1) incluir la cultura, tanto de las instituciones como de los sujetos; 2) analizar lo público y lo privado y las relaciones que se establecen en los espacios urbanos por la tecnología y los medios y 3) analizar lo legítimo e ilegítimo en los esquemas

morales que se establecen en los espacios públicos. En ese sentido, esboza tres líneas recurrentes en los estudios que piensan la ciudad desde la comunicación: 1) la pertenencia territorial en el intercambio de significados, es decir, la ciudad como un espacio que produce códigos y donde se descodifican significados; 2) las maneras como los medios y las tecnologías afectan la relación de las personas con la ciudad y 3) el vínculo que hay entre el espacio urbano y los usos que hacen de la comunicación los movimientos sociales.

Más adelante, Reguillo (2000) plantea la importancia de investigar las formas de socializar en la ciudad, lo que denomina tramas de *interacciones* comunicativas. Propone unos temas centrados en los espacios: 1) el espacio urbano, lo que implica la ciudad como lugar antropológico; 2) el espacio público, es decir, la ciudad como lugar político; 3) el espacio cotidiano, esto es, la ciudad como lugar de la producción y reproducción social y 4) el espacio simbólico, en otras palabras, la ciudad como lugar construido como significado. Todo esto, tras dejar el análisis enfocado únicamente en los medios y pasar a mirar la comunicación como eje articulador de lo social, lo político y lo cultural.

Por su parte, Pereira (1995) argumenta que la ciudad tiene lugares para investigar prácticas culturales desde tres líneas: 1) la ciudad como escenario de comunicación (esta la propone siguiendo a Reguillo, 1995); 2) poéticas y estéticas de la ciudad (entre otras cosas, describir los lenguajes en la ciudad) y 3) la ciudad

posmoderna (que tiene que ver con la tecnología y los no-lugares).

Carrión (1996) considera que la comunicación tiene intrínseca relación con la ciudad porque ésta presenta cuatro condiciones: 1) una alta densidad de medios de comunicación y usuarios; 2) un número alto de lugares para la socialización; 3) una mayor concentración de información (en bibliotecas, archivos, bases de datos, computadoras) y 4) acumulación de diversidad de manifestaciones simbólicas (en estatuas, fachadas, señales, etc). Con esta última, plantea la metáfora de que la ciudad es un libro abierto y, como tal, invita a una lectura; una lectura de la ciudad que se da en un orden explícito con consecuencias evidentes. Por ejemplo, una persona que no entienda la lógica de las direcciones se perderá fácilmente. En ese orden, al igual que Reguillo, piensa la ciudad como estructura *simbólica*, “compuesta por un conjunto de signos que facilitan y permiten el establecimiento de contactos entre la sociedad y el espacio que la contiene, así como la apertura de ámbitos de relación entre la cultura y la naturaleza” (p. 45).

También por la línea de las interacciones comunicativas de Reguillo, Desantes (1996) sostiene que la ciudad es, ante todo, lugar de encuentro, de reunión y diálogo de personas. De allí que articule comunicación y ciudad bajo la idea de *comunidad*. Sin embargo, argumenta que la ciudad contemporánea ha perdido ciertas formas de comunicación, como los pregoneros y los campaneros, ganando nuevos tipos como el televisor, el teléfono móvil,

etc. Para este autor la ciudad es más ciudad en la medida que la comunicación se da de manera natural, pues su ontología es la comunidad.

Siguiendo el carácter de estructura simbólica de la ciudad, Esteinou (1996) piensa que ésta, más allá de ser escenario donde ocurren procesos comunicativos, es una configuración que provoca sensaciones y sentimientos, lo que detona la creación de *simbologías*. Particularmente, respecto a las ciudades latinoamericanas sostiene que fueron diseñadas desde necesidades centradas en la producción económica, desconociendo su dimensión humana y, en esa línea, no fueron pensadas como escenarios de comunicación. Estas construcciones centradas en la producción afectan a las personas y sus culturas, por lo que critica la comunicación urbana que se limita a la comercialización de productos y servicios, que convierte los *espacios de encuentro* en lugares de transacción (invadidos hoy, por ejemplo, por diversidad de pantallas). Además, señala que el crecimiento de las ciudades ha resquebrajado las relaciones familiares, en la medida que son cada vez más virtuales y menos presenciales. En consecuencia, propone estudiar: 1) la relación comunicación-ciudad; 2) el derecho a la apropiación de la ciudad y 3) el derecho a la comunicación urbana para diseñar la ciudad.

De otro lado, Alfonzo (1996) plantea que la ciudad moderna incumple su promesa cuando no hay facilidad de *acceso* a los espacios públicos, pues estos constituyen escenarios de la comunicación propios de

la ciudad. En ese orden, espacios públicos que garanticen acceso implican buena comunicación, por ello invita a analizarlos para observar cómo fue pensada la ciudad. Cita la guía *Comunicación para el desarrollo urbano y el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad* de la Unesco para señalar que es necesario estimular a los ciudadanos en la búsqueda de soluciones a los problemas urbanos y usar los medios de comunicación en favor del desarrollo de la ciudad. Cabe señalar que esta guía habla de estimular los estudios de las dinámicas y procesos de comunicación cotidianos en la ciudad.

Finalizando siglo, Restrepo (1999) piensa que la ciudad, al estar *interconectada* por redes y espacios de flujos, se articula a procesos globales que complejizan la relación con lo local, lo que produce otras relaciones con el territorio. Esta dinámica genera nuevas características en los atributos urbanos, redefiniendo la dinámica de los lugares y produciendo otras comunicaciones. En esa línea señala que:

Las manifestaciones de lo público antes se daban en descansar en el parque, andar por la calle, vociferar en la plaza; ahora, por medio de los medios de comunicación, lo esencial de nuestras funciones públicas se da a través de estos mismos, por lo que tenemos una ciudad informacional, hecha de flujos de información, circulación (Restrepo, 1999, p. 5).

Doldan (2003) abre el nuevo milenio preguntándose por quiénes son los respon-

sables de la comunicación en la ciudad y quién determina la información que circula en el espacio público. Señala que los arquitectos, urbanistas, diseñados gráficos, diseñadores industriales, publicistas, sociólogos, comunicadores sociales, entre otros, deben comprender el papel de la información en el ordenamiento de la ciudad y los signos de comunicación visual con los que se representa esta información.

En esa línea, Doldan centra su preocupación en pensar y proponer *dinámicas* comunicativas que faciliten la circulación y el desplazamiento de las personas, además de brindarles a los ciudadanos información que les facilite su actuar en la ciudad. De allí que su propuesta de la comunicación urbana se perfile en el análisis y uso planificado de códigos que brinden a todos los habitantes facilidades para experimentarla. Estos códigos son diversos dado que deben permitir el acceso a información a personas en diversidad funcional o en situación de discapacidad: códigos cromáticos (cebra, semáforo, líneas del transporte público, etc.), códigos acústicos (sirenas, pitos, campanas, etc.), códigos icónicos (señales, vallas, etc.), códigos táctiles (braille y otros tipos de relieve) y códigos lingüísticos (identificación, mensajes, etc.).

D'Aubeterre (2003) expresa que la ciudad es, por naturaleza, una ontología semántica, por lo que produce sus propios *discursos* y, paralelamente, genera discursos en las personas. Es algo funcional en la medida que el discurso es una práctica psicosocial y cultural, ya que son las producciones discursivas las que fundamentan

a la realidad misma. En ese orden de ideas, la realidad citadina es una permanente *construcción colectiva* y no existe de forma independiente de los sujetos. Esta realidad citadina es una configuración articulada al sentido común, lo que implica entretejidos de expresiones que se van acumulando.

Desde la fenomenología, Rizo (2005) expone que, si bien se ha pensado la comunicación en la ciudad, falta indagar a la ciudad misma como generadora de formas de *socialización* y, más aún, como productora de comunicaciones específicas. En ese orden, propone ir más allá de los estudios sobre prácticas culturales en la ciudad y medios en los espacios públicos, por lo que propone analizar fenómenos que están acaeciendo y determinando las dinámicas de las ciudades contemporáneas, particularmente, llevar la comunicación al estudio de las migraciones (por ejemplo, en las redes que crean, en la manera como se comunican con las familias dejadas en el lugar de origen, etc.).

En otro trabajo, Rizo (2006) argumenta que la comunicación enfocada en la ciudad tiene sus bases teóricas en la sociología cultural y la economía política, por ello los trabajos han girado en torno a lo popular, la identidad, las tensiones entre pobreza y riqueza y las manifestaciones públicas. Considera que el “territorio, identidad y acción colectiva pueden abrir para las ciencias de la comunicación la posibilidad de análisis más complejos sobre temas hasta ahora casi olvidados” (p. 71).

Además, Rizo (2006) considera que la ciudad es un objeto multidimensional y,

por ello, puede ser estudiado desde varios abordajes teóricos y metodológicos. Concretamente, propone que la comunicación puede estudiar múltiples objetos de la ciudad, entre ellos: 1) la dimensión comunicológica de la expresión (lenguaje coloquial en la interacción cotidiana, expresiones en el espacio público, lo visual, etc.); 2) los medios de comunicación (mapa de medios de la ciudad, imagen de la ciudad en los medios, el tratamiento mediático de lo que pasa en la ciudad, cambios en el espacio producto de la inserción de los medios); 3) la interacción (vínculos entre sujetos en plazas, parques, las relaciones entre vecinos, barrios de clase alta y baja); 4) la estructuración, referida a “vincular las configuraciones de información (expresión) con los sistemas de información (difusión) y los sistemas de comunicación (interacción)” (p. 68).

En general, la ciudad se puede ver como un espacio donde ocurren *prácticas sociales, políticas y económicas*. Sin embargo, Reguillo (2007) regresa para destacar la importancia de comprender la ciudad “no solo como escenario situacional de dichas prácticas, sino como tejido denso que genera modos de vida específicos” (p. 8). Por ello, la comunicación, como campo que piensa la ciudad, debe procurar un cuerpo teórico y metodológico que se encamine a entender “las distintas formas de agregación social y las maneras en que los actores se sitúan en su entorno espacial en un proceso que los constituye al tiempo en que son constituidos, dinamizando la cultura” (p. 8).

Por la misma línea, Badenes (2007) aborda la comunicación y la ciudad como objeto de investigación posible, entre otras cosas, porque el espacio público se puede estudiar desde diferentes maneras: sus aspectos morfológicos, las pujas políticas por su definición y apropiación, su papel económico, etc. Asimismo, afirma que se puede asociar la idea de ciudad, y por extensión lo urbano, como una imagen vinculada al progreso y la modernidad. Esta idea de la ciudad es producto de una experiencia y, a la vez, una construcción infundida (tenemos idealizaciones de lo urbano en, por ejemplo, representaciones que nos dan los medios de información). Evidentemente, acá entraría todo el análisis de los imaginarios urbanos como línea de trabajo.

Badenes (2007) hace un ejercicio de retrospectiva para confirmar que en la década de los 90 se gestaron trabajos que pensaron la relación entre cultura, comunicación y ciudad. Para él, sus autores estaban influenciados por los estudios culturales, que lograron descentrar las investigaciones de comunicación focalizadas en los medios y pasar a abarcar otros temas como los movimientos sociales y las culturas juveniles.

En general, el análisis que hace Badenes (2007) lo lleva a pensar que “las ciudades son lugares de simbolización o representación de la existencia” (p. 2), esto es, las ciudades como *interacción* o trama de sentidos, debido a que “para los comunicadores/comunicólogos, la ciudad se presentó como un espacio donde estudiar los ‘usos de la comunicación’, los diversos

modos de simbolización, producción y consumo de significaciones colectivas en una sociedad” (p. 3). Consecuentemente, estudiar la ciudad implica pensarla ciudad como espacio de pujas por la simbolización o *representación*.

De su investigación, Badenes (2007) identifica cuatro líneas de investigación: 1) prácticas urbanas en la ciudad vivida, lo que implica investigar temas como la idea de lugar y cómo el escenario genera significado; 2) imaginarios o representaciones sobre la ciudad, donde la ciudad produce representaciones y las representaciones producen ideas de ciudad, lo que implica tener en cuenta relaciones de poder (pujas por el control y producción de las representaciones); 3) debates sobre la condición “post” (posmoderna, posindustrial, etc.) de la ciudad en los procesos de cambios que esta vive: esto abarcaría aspectos como el miedo, los barrios periféricos, las nuevas tecnologías, la individualización de las personas, entre otros y 4) el espacio urbano como un relato y, consecuentemente, la memoria que se construye sobre este: los monumentos, las estatuas, las fachadas de los edificios, que hablan, relatan historias y, en ese orden, se producen relatos oficiales y no oficiales. En esa línea, Badenes (2007) propone estudios sobre historia cultural urbana como el que desarrolló Alemán en 1998, en el que examinó La Habana a partir de su arquitectura y la manera como las fachadas (incluso su deterioro tras la revolución) comunican su proceso histórico.

2.2 Representaciones de la ciudad

Entre los trabajos sobre la representación que hacen los sujetos de la ciudad, es pertinente destacar la propuesta de *imaginarios urbanos* de Silva (1992), pues expone cómo los sujetos interiorizan los espacios urbanos. Esto le permite ver la realidad urbana como producto de relaciones culturales y espaciales a los que se aúna la imaginación. Bajo la idea que las personas le dan significado a los lugares de la ciudad, explica que estas representaciones guían sus relaciones con los espacios de la ciudad. Es decir, no es un proceso que se quede en una abstracción, sino que se expresan en comportamientos y emociones. Igualmente, estos imaginarios se plasman de diferentes formas y lenguajes (como fotos, escritos, grafitis, etc.).

Flores (2000), siguiendo esta misma línea, reflexiona sobre las relaciones que existen entre lo urbano y los imaginarios que la ciudad produce. Aquí es necesario sumar a Reguillo (1995) y su abordaje de las relaciones de la comunicación y la identidad urbana, específicamente, en las manifestaciones de los grupos juveniles.

De otra parte, Hiernaux (2007) hace un repaso de los diversos estudios existentes sobre imaginarios urbanos e identifica tres líneas: una dedicada a las prácticas, otra centrada en las representaciones y, finalmente, una que busca la articulación de las prácticas con la experiencia espacial y el espacio vivido. En estas líneas se abor-

dan temas como la pérdida de la ciudad, el impacto de la modernidad sobre la vida urbana, los nuevos estilos de vida ligados a la posmodernidad y el temor, y la sensación de falta de seguridad. Este autor concluye que es necesario abordar los imaginarios desde perspectivas de otras disciplinas, sin que se deje de lado la dimensión física o material de la ciudad. Así también piensa Lindón (2007), quien considera que es posible una renovación de este campo de estudio en América Latina. Algunos trabajos analizan cómo la ciudad está representada desde la sensación del miedo y la incertidumbre, como Guerrero (2006), quien expone las formas en que las emociones vinculadas con la inseguridad resquebrajan la idea de la ciudad como espacio de confluencia.

Por el lado de los medios, Aguilar (1996) investigó cómo la prensa de Ciudad de México recrea a dicha ciudad y logró identificar que lo público es un elemento central para entender las imágenes de lo urbano, pero a la vez este elemento es anónimo. En esa misma línea, Rodríguez (1998) muestra como los periódicos describen la vida cotidiana de la ciudad en el pasado.

Vernik (1996) estudia los problemas de la ciudadanía urbana presentes en los discursos de los telenoticieros y cómo estos son recibidos por los televidentes. Logra concluir que los hechos que pasan en la ciudad son interpretados de forma diferente por las clases pobres y medias.

Pérez (2012), al analizar la representación de la ciudad en los videojuegos,

muestra como estos hacen uso de representaciones urbanas para generar afectaciones en los usuarios, donde la urbe es “una serie de signos de peligro y sonidos que enfatizan esa sensación” (p. 46), es decir, hay espacios oscuros, de tensión, etc.

Mantecón (1996), en el cine, muestra como el séptimo arte contribuye a la construcción de imaginarios urbanos sobre migrantes que llegan a la ciudad. Mientras, Mondelo (2013) investiga la manera en que las producciones cinematográficas usan el espacio como elemento que da sentido al relato, no solo como soporte de la escena. Así, la ciudad oscura, de calles cerradas, muestra el significado de la escena. Del mismo modo, en su trabajo afirma que los héroes de las películas tienen problemas de identidad como la sociedad urbana misma.

Aguirre & González (2011) analizan cómo las noticias sobre la violencia y, en general, la información sobre amenazas y pujas de organizacionales criminales, afecta la relación que tienen las personas con el espacio público, en la medida que las calles, las plazas, etc, toman otro significado a raíz de esta información. En la línea anterior, Monreal (2014) observa el papel que tienen los medios en la construcción de estigmatizaciones de un barrio en Madrid, es decir, que los discursos frente a este lugar se centran en que es sucio, marginal, ilegal (se da el comercio de drogas), etc.

Desde las humanidades existen trabajos que han investigado cómo se representa la ciudad en la literatura, como por ejemplo Tudoras (2004), que analiza las

configuraciones del espacio urbano sobre Madrid en obras literarias.

Frente a los anteriores trabajos, cabe recuperar la idea de que la imagen urbana no es asunto de la ciudad como fuente de significados, sino que está en la representación que hacen los habitantes de ella. Según Pérgolis (2011), las representaciones de la ciudad no es un asunto explicado solamente por cómo es la ciudad, sino también por cómo es vista o leída. Finalmente, cabe mencionar a Moreno (2009) cuando plantea que, en general, hay tres voces que representan la ciudad: la de la gente en la calle, la de los medios de comunicación y la de la producción literaria. Esta última, sin embargo, no necesariamente es la literatura erudita o de las grandes plumas, sino la construida cotidianamente en la vida citadina, que muchas veces permanece escondida y está pendiente de ser narrada. Con todo lo anterior, los trabajos que analizan las imágenes o significados sobre los espacios urbanos, ya sea en los medios de comunicación o en el arte, procuran comprender la ciudad por medio de sus representaciones, que expresan no solo una relación presente con sus escenarios, sino también los deseos o ensoñaciones de cómo debería ser (Aumente & Pérez, 2013).

2.3 Mediación espacial en la ciudad y apropiación simbólica del espacio urbano

Existen estudios que toman como objeto las relaciones que establecen las personas

con los espacios de la ciudad. Estas relaciones tienen un análisis desde el campo de la comunicación en la medida que se da una interacción mediada y configurada por significados. En el caso de Haba & Santamaría (2004), por ejemplo, se utiliza el concepto de *razón espacial* para indagar la aprehensión de los vínculos entre espacio y sociedad, haciendo hincapié en prácticas de reconocimiento y relaciones entre distancia y hospitalidad (se entiende la hospitalidad como un juego entre inclusión y distancia: como estar preparados para recibir a los extraños).

Esta relación con los espacios de la ciudad exige, en palabras de Margulis (2002), ciertas competencias comunicativas. En efecto, la ciudad es una suerte de texto que implica diferentes lecturas: sus espacios y dinámicas están organizados mediante configuraciones simbólicas. Al leer estos signos se identifica qué comportamientos hay que tener. La ciudad emite signos y para habitarla, vivirla, se deben saber interpretar los íconos, señales y símbolos que hay en las gramáticas que la componen. Bajo ese supuesto, Margulis (2002) plantea que la reducción del espacio público, que viven algunas ciudades, implica un aislamiento para las personas y reduce las posibles interacciones que ellas pueden tener.

Cornejo (2006) analizó las prácticas culturales de apropiación simbólica de las personas que asisten a un centro comercial (llama a estas personas receptores culturales). Muestra cómo la presencia en el centro comercial se convierte en una forma de vivir y participar de la ciudad y, en esta, se

presenta apropiación simbólica de lo que ofrece el espacio.

Por su parte, Gómez & Villar (2013) revisan cómo los procesos de expansión urbana generan efectos en la identidad. Logran determinar que los lugares, producto de la expansión de la ciudad, generan conductas asociadas a la identidad (que resulta de las formas en que las personas se apropian de estos espacios). Esto se evidencia en los comportamientos socio-espaciales y las formas de socializar en las personas. Algo similar hace Chaverra (2009) cuando observa que las relaciones sujeto-ciudad pueden incluir el análisis del cuerpo, aseverando que “la calle se transforma en un escenario de presentaciones efímeras, donde los cuerpos movilizan los signos de tránsito” (p. 24).

Los trabajos de las relaciones que establecen las personas con el espacio también abordan el fenómeno de las nuevas tecnologías. León (1999) indaga las formas en que el ciudadano que camina cotidianamente por la ciudad va, al mismo tiempo, participando de lo virtual, por ejemplo en los teléfonos móviles. Él habla de un metamundo comunicativo-emocional gracias a lo virtual, pues va más allá de las restricciones físicas que impone de la ciudad.

Finalmente, desde el plano perceptual Cuesta & Chacón (2006) concluyen que los sujetos establecen relaciones con los espacios de la ciudad mediante la percepción de los sentidos, de tal manera que las personas pueden asociar a ciertos lugares de la ciudad con determinados sonidos, olores, colores, etc.

2.4 Mercadeo de la ciudad

A diferencia de las líneas propuestas por Badenes (2007), esta revisión pudo identificar trabajos que tienen por propósito comprender el papel de la comunicación en el posicionamiento de la ciudad como lugar turístico, centro de negocios, espacio cultural, etc. Estas investigaciones hablan desde conceptos asociados a la publicidad y piensan la ciudad en clave de producto o de servicio.

Bajo esta lógica, Fortunato (2012) afirma que los líderes que administran las ciudades tienen el desafío de encontrar un relato que “singularice a la ciudad que gobiernan, y enamorar a sus ciudadanos. El gran reto es transformar a la ciudad en una marca pública, un sello con impronta y estilo propio que trascienda sus fronteras y la proyecte al mundo” (p. 8).

Muñiz & Cervantes (2009) consideran que una de las alternativas para comercializar la ciudad es la creación de marcas territoriales, las cuales articulan aspectos físicos de la ciudad y sus cambios urbanísticos con elementos sociales, lo que se deriva en lemas y logos. Igualmente, en 2010 exponen cómo la *marca ciudad* es construida desde la identidad propia de cada urbe.

En contraste con lo anterior, Precedo, Orosa & Míguez (2010) consideran que los propios habitantes de la ciudad definen el producto-ciudad, al tiempo que organizaciones, empresas e instituciones influyen en la asociación de las ciudades con eventos que se desarrollan en estas o con renovaciones urbanas que han tenido

sus espacios. Los autores critican que esta idea de promocionar la ciudad se relacione únicamente con intereses lucrativos, por lo que proponen estrategias donde participen creativamente las personas y se les añada, así, valor cultural.

También hay autores que hablan del papel de la comunicación para identificar y socializar los atributos de la identidad urbana. De hecho, Veiguela, Díaz, García & Marrero (2014) afirman que es necesario informar sobre los atributos de la identidad urbana usando, entre otras cosas, la socialización a partir de la narración, del contarle a la gente que se están haciendo mejoras físicas y sociales en su ciudad, incorporando así una nueva imagen de ésta.

Cierran esta sección Heredero & Chaves (2015), quienes al hablar de marca ciudad plantean que lo que se busca es que las ciudades encuentren elementos que las diferencien de las demás y las hagan competitivas a nivel global. Esta construcción de una identidad o una marca propia para la ciudad se materializa en un logotipo o un eslogan que se vehiculiza en campañas publicitarias. Aún así, para los autores se debe ir más allá de una estrategia de comunicación externa y de mercadeo de escenarios turísticos de la ciudad, teniendo en cuenta los valores a nivel social y cultural que en ella se pueden encontrar.

2.5 La comunicación como herramienta de transformación urbana

Existen autores que han reflexionado sobre el papel de la comunicación en la gestión

de la ciudad y, aún más, en la transformación urbana. Por ejemplo, hay trabajos que incluyen la comunicación desde el urbanismo y la arquitectura, como lo hace Trachana (2011), que a partir de analizar la propuesta New Babylon de Constant Nieuwenhuys, plantea la reivindicación de una sociedad más democrática, libre e igualitaria, que requería para eso nuevas estructuras físicas dadas por los avances tecnológicos. Esta idea de ciudad tiene como uno de sus ejes la idea de pensar la urbe para el *homo ludens*, por lo que la piensa de manera comunitaria y como “síntesis de la idea de la sociedad como obra de arte” (p. 198).

Flores (1999), para este caso, afirma que “pensar ciudad tiene, entonces, que equivaler a comunicar ciudad. Esto hace imperativa una estrategia de comunicaciones que construya un nuevo imaginario para que, desde las diversas instancias gubernamentales y no gubernamentales, podamos construir ciudadanía” (p. 4). De manera similar piensa Gorelik (2004), al señalar que hay trabajos sobre los imaginarios urbanos pero no sobre la imaginación urbana, es decir, como proyectar una ciudad deseada.

Miralles (2001), recuperando elementos del estudio de la Unesco sobre comunicación y ciudad en América Latina, que se categorizó como *comunicación para el desarrollo urbano*, argumenta que es necesario promover en los gobiernos el compromiso de planificar e implementar iniciativas que integren la comunicación y el desarrollo de las ciudades. Esto implica,

entre otras cosas, descentralizar la comunicación de los medios, es decir, pensar que es algo más allá de la prensa, la televisión, los medios digitales, etc.

En ese orden, la comunicación podría ayudar a pensar las culturas urbanas, las formas de ver y vivir los espacios urbanos y, consecuentemente, generar sentido de pertenencia a las ciudades. Además, incluir la comunicación en la planificación de la ciudad conlleva analizar el resquebrajamiento de las relaciones interpersonales y la reducción de los espacios de encuentro y de expresión cultural (Miralles, 2001). Considera, igualmente, que la comunicación es fundamental en las decisiones que toma un ciudadano (un ciudadano informado tiene más criterios para participar) y en la vinculación de las personas en la planeación de la ciudad (por ejemplo, para optimizar la comunicación entre estas y los gobernantes). En ese marco, son importantes el papel que pueden tener los movimientos sociales en la configuración de lo público y la necesidad de mejorar los trabajos periodísticos sobre la ciudad.

De hecho, existen propuestas concretas de organismos administrativos de ciudades que han integrado el uso estratégico de la comunicación en las dinámicas de desarrollo urbano, como en Bogotá, donde se ha considerado realizar una gestión en red con las entidades del Distrito para favorecer la cultura organizacional y lograr, de esta forma, ser entidades competitivas (Red Distrital de Comunicación Interna, 2007).

De modo semejante, Martín (2011) asegura que es posible superar los problemas de violencia que acaecen en las ciudades latinoamericanas a partir de estrategias de convivencia que sean resultado de la construcción de lugares de sentido y espacios de comunicación, donde juega un papel importante la dimensión política. Para lo cual se podría recurrir a las nuevas tecnologías, pues posibilitan las redes comunicativas, ya que para él la idea es convertir a la ciudad en articulación de múltiples sentidos.

Alfonzo (2001) piensa que la comunicación tiene la posibilidad de incidir en los espacios urbanos. Sin embargo, las dinámicas contemporáneas de la ciudad han provocado ciertas rupturas en las relaciones de los ciudadanos, por lo que señala la necesidad de planificar la ciudad para lograr también una mejor comunicación. Articulado con ello, aparece la propuesta de Cuesta (2008) de usar la comunicación en la inclusión social del habitante de calle.

Por otro lado, en la revisión se pudieron identificar propuestas que buscan generar comportamientos urbanos responsables, entendidos como prácticas en el espacio público que garantizan la convivencia entre extraños porque se basan en efectuar acciones que generan un beneficio común, verbigracia, ayudar a cruzar la calle, ceder el paso, etc. Cuesta (2010) propone, en esta línea, el uso de una señalética educativa, es decir, diseños iconográficos que expliciten comportamientos deseables en los escenarios urbanos.

Finalmente, siendo consecuente con la idea de analizar el papel comunicativo de lo que se expone en el espacio público, Ibáñez (2014) propone un diseño de señales fácilmente interpretables para los migrantes y turistas que arriban a la ciudad de Barcelona, de tal manera que estas personas puedan moverse más fácilmente.

2.6 Comunicación urbana y participación ciudadana

En la revisión se pudieron identificar investigaciones que analizan la comunicación en las dinámicas de configuración política y tensión social de las ciudades. Quiroz (1990) piensa que la comunicación urbana tendría por propósito indagar y analizar las pujas de sentidos por la apropiación de la significación de la ciudad y sus espacios, buscando comprender la ciudad desde el lugar que ocupan los sujetos sociales en los diferentes espacios urbanos. En ese orden, se lograría analizando el significado social asignado por los sujetos a los lugares y las dinámicas que en estos acaecen. Al no ser siempre un proceso de consenso, los significados permiten denotar tensiones, procesos de imposición de sentido y sus respectivas resistencias (los dirigentes ponen una estatua con un significado, pero un movimiento sindical puede darle otro).

En esta línea, Carrión (1999) expone además un ejemplo de cómo se advierten tácitamente estas pujas entre grupos sociales por el significado en las modificaciones que van teniendo los nombres de las calles de las ciudades (sin embargo, en muchas

de ellas se impuso la funcionalidad para nombrar las calles y avenidas mediante nomenclaturas y números). Aunque estas tensiones podrían verse explícitas en las protestas ocurridas en los espacios públicos (Entel, 1996).

En este aspecto Reguillo también ha analizado en varios trabajos las tensiones sociales, políticas y comunicativas en el marco de la ciudad. En uno de ellos, articulando la cultura urbana y la comunicación, Reguillo (1996) observa cómo unas explosiones ocurridas en una ciudad alteran los marcos espacio temporales cotidianos y amenaza el lugar de algunos actores. Afirma que estos hechos permiten ver una reacomodación de los actores al cambiar las certezas de lo cotidiano y generan nuevas relaciones sociales. Igualmente, se modifican las representaciones de la ciudad y de lo cotidiano, así como el funcionamiento de los medios y las relaciones de las personas con el gobierno. En otro, Reguillo (2006) se pregunta sobre el futuro de las urbes a partir de pensar el papel de la inseguridad y el miedo en la sociabilidad urbana, aspectos que tuvieron en cuenta Guerrero (2006) y Badenes (2007) en sus propuestas de líneas de investigación.

Por otro lado, reflexionar la ciudad desde la comunicación debería, para Alfaro (2002), abarcar la globalización, tanto en su dimensión cultural como económica, pero sobre todo observar el poder de la ciudadanía en el agenciamiento de la ciudad. Álvarez (2006) piensa que lo que pasa en la ciudad ocurre porque existe una relación íntima “entre ciudad, gobierno y comuni-

cación” (p. 8), por ello la comunicación en la ciudad tendría por naturaleza una condición política debido a su injerencia en la administración pública de la ciudad. Así, es pertinente orientar las estrategias para coordinar e “integrar, los distintos ámbitos, medios, contenidos mensajes y fines de la comunicación, tanto pública como institucional, de las ciudades de hoy” (p. 8). En este punto cabe volver al ejemplo de la Red Distrital de Comunicación Interna en Bogotá (2007).

En contraste, para García (2004) los espacios públicos de la ciudad se ven sofocados por los privados. La revalorización de lo público estaría anclada a la comunicación y a lo político, puesto que habla de lo común y de lo que compete a todos. Este autor invita a observar el imaginario que generan los medios frente a los espacios urbanos, ya que construyen un discurso sobre lo que es y deberían ser esos lugares donde las personas se juntan. De esta manera, los medios terminan siendo “confidentes microsociales” (p. 212) que narran lo que ocurre en la ciudad (embotellamientos vehiculares, nuevas construcciones, robos, etc.). Añade que la imagen de la ciudad está asociada a la videocultura y que la fórmula ‘comunicación más democracia’ permite pensar la ciudad.

Antes de terminar este apartado es importante señalar que entender la comunicación urbana como campo que piensa la tensión por los sentidos y significados de la ciudad —más allá del diseño espacial y arquitectónico— implica incluir en el análisis categorías teóricas que han enri-

quecido el debate urbano en las últimas décadas. Una de éstas es el concepto de género, dado que existe un creciente interés por construir ciudades que ofrezcan espacios plurales y que brinden condiciones de igualdad, pues se constata “que la percepción y el uso de la ciudad es para las mujeres diferente; y que esa especificidad está todavía escasamente considerada en la planificación” (Trachana, 2013, p. 129), aunque se desconocen aportes con respecto a grupos con identidades de género y orientación sexual diversas.

Esta tensión por el sentido en los espacios urbanos se extiende al arte y los eventos culturales, debido a que existen agentes con poder que pueden imponer ciertos gustos y estilos encubriendo otros, haciendo necesaria su democratización (Arroyo, 2013). De alguna manera, estas tensiones sociales y políticas por el significado de la ciudad se trasladan también a la presencia de los medios de información y el nivel de incidencia que podrían tener los ciudadanos en y a través de dichos medios, especialmente en la construcción de las agendas de la administración de las ciudades (Miralles, 2002).

2.7 Expresiones de sentido en los espacios de la ciudad

En esta línea se encontraron trabajos que indagan las construcciones simbólicas que se exponen en los espacios de la ciudad para comunicar sentidos con diferentes intenciones.

Por ejemplo, en el caso del grafiti, Falconí (1996) señala que es una producción realizada con un lenguaje creativo que llega a expresar aspectos sociales y lúdicos. Por su parte, Chacón & Cuesta (2013) analizan los grafitis como una expresión artística que construye lo político, en la medida que permite expresar diversidad de mundos en espacios públicos. En ambos casos, el grafiti o pinta no es entendido como una expresión individual sino que tiene un potencial de comunicación colectiva (Abreu, 2003) y política (Reyes & Daza, 2012).

Identificar que en los escenarios públicos y privados de la ciudad se exponen gran cantidad de mensajes construidos con diferentes simbologías e intencionalidades permite leer estos espacios como lugares semióticos que muestran diversidad de inscripciones a ser interpretadas. Estos ejercicios interpretativos son constantes porque las expresiones están en permanente reescritura (Silveira, 2006).

En esta clasificación se incluyen así mismo investigaciones que han estudiado las formas y sentidos que adquieran los símbolos lingüísticos, como la de Boho (2013), en el que analiza el uso de los recursos lingüísticos de un idioma (español) en inscripción espacial de mensajes expuestos en los espacios públicos de Camerún. Estos análisis de las construcciones lingüísticas expuestas en la ciudad abordan temas como la publicidad, los grafitis e, incluso, temas anclados al medio ambiente. Sobre esto último, Piñeiro & Díaz (2012) indagaron la presencia que tienen los mensajes

de consumo responsable en la ciudad y cuáles son los discursos y prácticas relacionados con dicho consumo en Madrid.

Las investigaciones que tienen por objeto expresiones de sentido en el espacio público se articulan con las pesquisas sobre identidad urbana, espacios urbanos y arte público, reconociendo en todas los lugares públicos urbanos como espacios de comunicación. Sin embargo, según Brandão (2011), esto implica una regulación de los mensajes que se exponen, pues la publicidad, por ejemplo, podría generar contaminación cuando es invasiva.

Para cerrar, es importante destacar los trabajos que sobre el tema se encontraron en el ámbito nacional, específicamente los del grupo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín: 1) en torno a los espacios de la ciudad y su vínculo con la comunicación (Anjel, 2003); 3) sobre la indagación en la ciudad (Gómez, 2003); 4) las relaciones entre comunicación y el consumo acaecido en la ciudad (Medina, 2003) y 5) sobre la investigación de la comunicación en la ciudad (Castrillón, 2003).

Conclusiones

El giro epistemológico en la década de los años 90 en el campo de la comunicación en América Latina, pasando de los medios como objeto de estudio a tener en cuenta la comunicación como epicentro de lo cultural y lo político, tuvo gran influencia en la construcción de la comunicación urbana como sub-campo, toda vez que permitió

pensar la ciudad como entramado de tensión sociocultural que puede ser comprendido como objeto comunicacional.

En efecto, en los trabajos revisados de la década del 90 tienen como matriz subyacente un concepto de comunicación intrínsecamente vinculado a la cultura y, sobre todo, a una concepción de cultura asociada a procesos de codificar y decodificar del mundo, es decir, a manera de entenderlo y vivirlo, lo que coloca a la ciudad como escenario de manifestación de múltiples culturas y, por ello, se convierte en una amalgama donde se encuentran y desencuentran códigos y se puja por el sentido.

Además, se puede establecer que la configuración de la comunicación urbana no tiene un objeto teóricamente definido, toda vez que en la revisión se pueden advertir diferentes líneas de investigación pero no una formalización de supuestos epistemológicos que predeterminen tal objeto de estudio. Esto puede ser consecuencia de que la comunicación urbana ha sido resultado del aporte de varias disciplinas.

No obstante, se puede afirmar que existen unos supuestos ontológicos que empiezan a darle densidad al sub-campo de la comunicación urbana, entre ellos, la ciudad comprendida como un espacio donde ocurren procesos comunicativos y lo urbano como resultado de pujas de sentido visibles a nivel material (los espacios construidos y sus características) y simbólico (el significado y re-significación de los lugares y la proyección de la ciudad deseada). En todo caso, existe cierto consenso en ver la

ciudad como realidad ontológica producto de procesos socioculturales y, consecuentemente, resultado fáctico de dinámicas comunicativas.

En general, en la revisión de los documentos sobre comunicación urbana y comunicación y ciudad, se encontraron como categorías transversales de investigación el lenguaje, el discurso, las interacciones sociales y, por supuesto, los medios de comunicación, que permiten comprender la ciudad como una trama de sentidos, como un lugar de prácticas sociopolíticas y económicas, como escenario de relaciones culturales y espaciales, y hasta como producto comercializable.

Se identificaron propuestas que explicitan líneas para realizar investigaciones sobre la comunicación y la ciudad en Reguillo (1995), Pereira (1995), Esteinou (1996), Rizo (2006) y Badenes (2007). Concretamente, la revisión de los trabajos identificados permite agruparlos por los siguientes intereses: 1) representaciones de la ciudad; 2) mediación espacial en la ciudad y apropiación simbólica del espacio urbano; 3) mercadeo de la ciudad; 4) la comunicación como herramienta de transformación urbana; 5) comunicación urbana y participación ciudadana, y 6) expresiones de sentido en los espacios de la ciudad. Las líneas identificadas no son taxativas, dado que hay investigaciones que articulan inquietudes de varias de ellas en un mismo objeto. Por ejemplo, Chacón & Cuesta (2013) analizan el grafiti como construcción política, es decir, articulan intereses de la línea comunicación urbana y

la participación ciudadana con expresiones de sentido en los espacios de la ciudad.

Frente a los análisis sobre la representación de las ciudades, estos deben contemplar la “reflexión sobre las condiciones históricas, sociales, antropológicas en las que la ciudad sigue desvelándose” (Birlanga, 2013, p. 328), lo que implica pensar el poder de las imágenes y el papel de los escenarios urbanos y su incidencia de la experiencia estética, pues dan cuenta de la relación de las personas con estos escenarios en un época determinada y los deseos de transformar los espacios urbanos.

Con todo lo expuesto anteriormente, se podría pensar una línea que disgregue aspectos englobados en las líneas propuestas. ¿Qué tal proponer una donde se analice el papel de la comunicación en la consolidación de una ciudad para todos? En ese orden, se podría pensar la urbe como escenario que ofrece lugares de encuentro y facilita la mediación entre personas con capacidades físicas, sensoriales o cognitivas variables, toda vez que una ciudad que logre eliminar la posibilidad de situaciones discapacitantes es una ciudad para todos (Cuesta, 2016).

Esto implica programas de investigación que estudien la manera en que la ciudad se transforma en función de la inclusión (no integración) de personas con diversidad funcional y el mejoramiento de su calidad de vida, en contravía a lo que hasta ahora se ha evidenciado: es este grupo social el que debe adaptarse a las ciudades en todos los ámbitos, educativo, laboral, recreativo, virtual y hasta turístico. Esta

inclusión no solo es física (diseño universal) sino simbólica: que cada sujeto, si es su deseo, pueda participar de las prácticas socioculturales que ocurren en los lugares públicos urbanos, lo que implica una ciudad que se entreteje con diversidad de códigos.

Se trata, como lo resaltaron todos los trabajos analizados, no solo de entender los problemas de las ciudades como un asunto arquitectónico sino también un asunto urbanístico que reconoce la comunicación como un aspecto fundamental en la configuración de ciudades como epicentros de experiencias significativas para la sociedad. Entonces, esa condición discapacitante que las ciudades pueden otorgar a personas con limitaciones (no solo a las certificadas con discapacidad sino también a adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con incapacidad física no permanente, entre otros), es la que también podría diferenciar a las ciudades sin progreso (económico y social) y a las ciudades del futuro, las ciudades para y de todos.

Referencias

- Abreu, I. (2003). El graffiti en la República Venezolana. Estudio del graffiti sobre asuntos públicos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 55, 1-36.
- Aguilar, A. (1996). Espacio público y prensa urbana en la Ciudad de México. *Perfiles Latinoamericanos*, 9, 47-72.
- Aguirre, G. & González, E. (2011). La violencia: signos y expresiones en el espacio

- urbano del puerto veracruzano. *Global Media Journal*, 8(15), 140-161.
- Alemán, A. (1998). La ciudad de los encuentros. Breve reflexión sobre La Habana. *Revista Latina de Comunicación Social*, (7), 1-4.
- Alfaro, R. M. (2002). Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas. *Diálogos de la comunicación*, (45). Recuperado de <http://www.dialogos-felafacs.net/wp-content/uploads/olduploads/2012/01/74-revista-dialogos-politizar-la-ciudad-desde-comunicaciones-ciudadanas.pdf>
- Alfonzo, A. (1996). Por una ciudad comunicable y comunicadora. *Revista Chasqui*, (55), 66-68.
- Alfonzo, A. (2001). La ciudad humana como quehacer de la comunicación. *PCLA*, 3(1). Recuperado de <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/documentos%209-4.htm>
- Álvarez, C. (2006). Gobierno y comunicación de ciudad. *Papeles de Coyuntura*, (22), Recuperado de: <http://www.papelesdecoyuntura.com/PDF/Papeles%20de%20Coyuntura%20N-22.pdf>
- Anjel, J. (2003). *Comunicación, espacios y ciudad*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Arroyo, M. (2013). Arte, mass media y ámbito urbano: Correspondencias, interacciones y comunicación. *Creatividad y Sociedad*, (XX), 1-20.
- Aumente, M. & Pérez, C. (2013). Arte, Arquitectura, Comunicación y Ciudad. *Arte y Ciudad: Revista de Investigación*, (3), 9-16.
- Badenes, D. (2007). Comunicación y ciudad: líneas de investigación y encuentros con la historia cultural urbana. *Revista Questión*, 1(14). Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/354/286>
- Birlanga, J. (2013). La ciudad como texto y pretexto. De la estética metropolitana a las prácticas artísticas contemporáneas. *Arte y Ciudad: Revista de Investigación*, (3), 327-348.
- Boho, Z. (2013). Prácticas publicitarias en lengua extranjera. El caso del español en Camerún. *Pensar la Publicidad*, 7(2), 367-383.
- Brandão, P. (2011). *La imagen de la ciudad. Estrategias de identidad y comunicación*. Barcelona: Ediciones Universidad de Barcelona.
- Carrión, F. (1996). La ciudad es un libro abierto. *Chasqui*, (55), 44-47.
- Carrión, F. (1999). Gobierno de ciudad y comunicación. En F. Carrión & D. Wollard (Comp.), *La ciudad, escenario de la comunicación* (pp. 67-86). Quito: Flacso-Ecuador.
- Castrillón, E. (2003). *Comunicación, investigación y ciudad*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Centro de Noticias ONU. (10 de julio de 2014). Más de la mitad de la población vive en áreas urbanas y seguirá creciendo. Recuperado de <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=29935#.Vqu-EZrhCig>
- Chacón, J. & Cuesta, O. (2013). El grafiti como expresión artística que construye lo político: pluralidad de mundos y

- percepciones. Una mirada en Bogotá. *Revista nodo*, 14(7), 65-76.
- Chaverra, A. (2009). El cuerpo habla: reflexiones acerca de la relación cuerpo-ciudad-arte. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (26), 1-26.
- Cornejo, I. (2006). El centro comercial desde la comunicación y la cultura. Un modelo analítico para su estudio. *Convergencia*, (40), 13-37.
- Cuesta, O. (2010). Señalización educativa para la convivencia en el espacio público. *Signo y Pensamiento*, XXIX(57), 458-470.
- Cuesta, O. & Chacón, J. (2006). Ciudadanía, sentidos y lenguaje: una lectura a la ciudad. *Revista Miradas*, 1(3), 366-375.
- Cuesta, O. (2008). La comunicación en la inclusión social del habitante de calle. *Revista Miradas*, 3(1), 115-125.
- Cuesta, O. (2016). *Comunicación, ciudad e inclusión de personas en situación de discapacidad*. En *Memorias XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación* (pp. 203-212). Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- D'Aubeterre, L. (2003). Ciudad, discursividad, sentido común e ideología: Un enfoque psicosocial de la cotidianidad urbana. *Espacio Abierto*, 12(2), 169-186.
- Desantes, J. (1996). La ciudad, núcleo de comunicación. *Revista General de Información y Documentación*, 6(2), 233-246.
- Doldan, J. (2003). La ciudad como espacio de comunicación. En: *[desde] el aula. XI Jornadas de Reflexión Académica*, 4, 40-42.
- Entel, A. (1996). *La ciudad bajo sospecha: comunicación y protesta urbana*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Esteinou, J. (1996). La ciudad como proceso de Comunicación. *Chasqui*, (55), 52-55.
- Falconí, P. (1996). El graffiti: spray, paredes y algo más. *Chasqui*, (55), 56-57.
- Flores, M. (2000). Comunicación y ciudad: un encuentro entre lo público y lo privado. *Revista Investigación y Desarrollo*, 8(2), 7-8.
- Flores, P. (1999). ¿Hacia dónde va la ciudad? Apuntes para la construcción de ciudadanía en Barranquilla. *Revista Latina de Comunicación Social*, 20, 1-4.
- Fortunato, M. (2012). La comunicación municipal, todavía enamorada de la piedra. *Cemop*, (9), 8-9.
- García, N. (2004). La reinención de lo público en la videocultura urbana. En: N. García (Coord.), *Reabrir espacio públicos* (pp. 205-232). México: UAM.
- Gómez, G. & Villar, A. (2013). Apropiación simbólica y reconfiguración identitaria del espacio urbano en Metepec, Estado de México. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 6(1), 268-290.
- Gómez, L. (2003). *Comunicación, indagación y ciudad*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Gorelik, A. (2004). Imaginarios urbanos e imaginación urbana: Para un recorrido por los lugares comunes de los estudios culturales urbanos. *Bifurcaciones: Revista de estudios culturales urbanos*, (1).

Recuperado de: http://www.bifurcaciones.cl/bifurcaciones/wp-content/uploads/2004/12/bifurcaciones_001_AGorelik.pdf

- Guerrero, R. (2006). *Nosotros y los otros: segregación urbana y significados de la inseguridad en Santiago de Chile*. En A. Lindon, M. Aguilar & D. Hiernaux (Coord.), *Lugares e imaginarios en la Metrópolis* (pp. 107-117). Barcelona: Anthropos. México: UAM.
- Haba, J. & Santamaría, E. (2004). De la distancia y la hostilidad: consideraciones sobre la razón espacial. *Athenaeum Digital*, (5), 1-11.
- Heredero, O. & Chaves, M. (2015). Las asociaciones “marca producto” y “marca ciudad” como estrategia de “city branding”. Una aproximación a los casos de Nueva York, París y Londres. *Área Abierta*, 15(2), 63-76.
- Hiernaux, D. (2007). Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. *Revista Eure*, XXXIII(99), 17-30.
- Ibáñez, C. (2014). *El Modelo Barcelona de Espacio Público y Diseño Urbano: Usted está aquí. Comunicación y señalética urbana*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- León, F. (1999). La realidad como ilusión. Comunicación y ciudad virtual. *Astrágalo*, (13), 27-34.
- Lindón, A. (2007). La ciudad y la ida urbana a través de los imaginarios urbanos. *Revista Eure*, XXXIII(99), 7-16.
- Mantecón, A. (1996). La ciudad de los migrantes. El cine y la construcción de los imaginarios urbanos. *Perfiles Latinoamericanas*, 9, 117-131.
- Margulis, M. (2002). La ciudad y sus signos. *Estudios Sociológicos*, 20(60), 515-536.
- Martin, V. (2011). Espacio, comunicación y convivencia: problemas éticos de la ciudad latinoamericana. *Anuario de Filosofía Argentina y Americana*, 28(2), 11-23.
- Medina, F. (2003). *Comunicación, consumo y ciudad*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Miralles, A. (2001). Comunicación para el desarrollo urbano. *PCLA*, 3(1). Recuperado de <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/documentos%209-1.htm>
- Miralles, A. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Norma.
- Mondelo, E. (2013). Héroes y espacio. Del mar abierto a la ciudad cerrada. *Área Abierta* 13(1), 7-25.
- Monreal, P. (2014). Imágenes y representaciones de un espacio urbano: el papel de los medios de comunicación en la reproducción de las desigualdades. *Anthropologica*, (33), 39-66.
- Moreno, J., Bardí, B. & García, D. (2010). Urbanismo, diálogo multidisciplinar. En *VI Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació. Nous espais de qualitat en l'educació superior* (pp. 1-25). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- Moreno, D. (2009). Narrativas de ciudad. *Revista Actualidades Pedagógicas*, (53), 31-39.

- Muñiz, N. & Cervantes, M. (2010). Marketing de Ciudades y “Place Branding”. *Pecunia Monográfico*, 123-149.
- Pereira, J. (1995). Comunicación, cultura y ciudad: Campo de reflexión, propuestas de investigación. *Revista Signo y pensamiento*, 14(27), 11-20.
- Pérez, A. (2012). Espacios urbanos en el videojuego: París como escenario de tensión. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 4(1), 31-48.
- Pérgolis, J. (2011). El deseo de modernidad en la Bogotá republicana un ejercicio sobre comunicación y ciudad. *Revista de Arquitectura*, (13), 4-12.
- Piñeiro, C. & Díaz, M. (2012). Perdiéndonos en la ciudad: el consumo responsable como mensaje, la ciudad de Madrid como ecosistema comunicativo. *Athenea Digital*, 12(1), 67-88.
- Precedo, A., Orosa, J. & Míguez, A. (2010). Marketing de ciudades y producto ciudad: una propuesta metodológica. *Urban Public Economics Review*, (12), 12-38.
- Quiroz, T. (1990). La Comunicación urbana en la ciudad de Lima. *Diálogos de la comunicación*, (26). Recuperado de <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/26/26-revista-dialogos-comunicacion-urbana-en-la-ciudad-de-lima.pdf>
- Red Distrital de Comunicación Interna de la Alcaldía Mayor de Bogotá. (2007). La comunicación en una ciudad sin indiferencia. *Signo y Pensamiento*, (51), 185-187.
- Reguillo, R. (1995). Pensar la ciudad desde la comunicación. En J. Galindo & C. Luna (Coord.), *Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva* (pp. 109-132). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).
- Reguillo, R. (1995). *En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación* (2.ª ed.). Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).
- Reguillo, R. (1996). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).
- Reguillo, R. (2000). Ciudad y comunicación. La investigación posible. En G. Orozco (Coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI* (pp. 33-49). Madrid: Ediciones de la Torre.
- Reguillo, R. (2006). Los miedos contemporáneos: sus laberintos, sus monstruos y sus conjuros. En J. Pereira & M. Villadiego (Eds.), *Entre miedos y goces: comunicación, vida pública y ciudadanías* (p. 25-54). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Reguillo, R. (2007). Ciudad y comunicación. Densidades, ejes y niveles. *Diálogos de la Comunicación*, 47, 1-9.
- Restrepo, J. (1999). Fragmentos de un pensar los medios y la ciudad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (20), 1-7.
- Reyes, L. & Daza, N. (2012). Grafitis políticos. Pintadas y participación política de los jóvenes. *Revista Iberoamericana*

- de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 5(1), 101-113.
- Rizo, M. (2005). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, 2(3), 1-15.
- Rizo, M. (2006). Comunicación y Ciudad. Primeras reflexiones para el desarrollo de una línea de investigación. *Mediaciones*, (6), 65-76.
- Rodríguez, E. (1998). La vida cotidiana de La Laguna en la prensa del siglo XIX. *Revista Latina de Comunicación Social*, (5). Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/a/latina_art50.pdf
- Silva, A. (1992). *Imaginario Urbanos, Bogotá y São Paulo: Cultura y comunicación Urbana en América Latina*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Silveira, F. (2006). Linguagens vivas da comunicação urbana. Ensaio sobre a grafia pública da cidade de porto alegre. *Anagramas*, 4(8), 157-169.
- Trachana, A. (2011). Consecuencias de “New Babylon”. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 3(1), 195-222.
- Trachana, A. (2013). Espacio y género. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*, 5(1), 117-131.
- Tudoras, L. (2004). La configuración de la imagen de la gran ciudad en la literatura postmoderna [Tesis doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Veiguela, Y. R., Díaz, J. T., García, R. C. P. & Marrero, M. M. (2014). La Comunicación Urbana como herramienta para la Proyección de los Atributos de identidad urbana. *Retos Turísticos*, 13(2), 1-13.
- Vernik, E. (1996). Comunidades cercanas: la exclusión urbana en la televisión y la vida. *Perfiles Latinoamericanos*, 9, 85-100.