

CAMBIO URBANO Y DESARROLLO

Una perspectiva crítica de la Comunicación

Francisco SIERRA CABALLERO*

Introducción

Las tendencias o cambios sociales que introduce la denominada Sociedad de la Información conllevan nuevos procesos de desarrollo cultural en la construcción de la ciudadanía. La comunicación, la ciudad y la cultura se ven alteradas por una reconfiguración general de lo público que exige de la teoría crítica una concepción más praxiológica de las mediaciones en la era digital. La proliferación de iniciativas de marketing urbano y proyectos de redefinición territorial en auge como los modelos de ordenación urbana de las ciudades del conocimiento, las ciudades educativas o los tecnopolos y parques tecnológicos que, en parte, impulsan las industrias culturales vinculando el sector de la comunicación con realidades apenas consideradas por los estudios comunicológicos como la ordenación del espacio y la definición de los imaginarios urbanos como fuente de acumulación de capital y valorización de la cultura local, plantea, desde este punto de vista, la necesidad de una nueva agenda y redefinición del problema de las políticas culturales en nuestro ámbito de conocimiento. En el siguiente artículo, se abordarán los principales ejes críticos del pensamiento comunicacional con la nueva topología ciudadana, apuntando líneas de fuerza y contradicciones de la comunicación total en la era de la *distopía urbana*.

Brevemente, en las siguientes líneas, se perfila un diagnóstico general de algunas de las principales tendencias o cambios sociales que introduce lo que denominamos como *sociedad informacional*: qué tipo de cambios conlleva ésta; cómo utiliza el eje de articulación comunicación-desarrollo-cambio social para la construcción de la ciudadanía y de lo público en la transformación de los espacios urbanos. Para después, posteriormente, y de forma sucinta, formular una crítica teórica a los planteamientos dominantes implícitos en los proyectos de reestructuración urbana en torno a las nuevas tecnologías de la información.

El artículo concluye, finalmente, apuntando las principales ideas-fuerza y temas de la agenda que, más bien en forma de retos, ha de abordar la investigación en comunicación, desde una perspectiva sociocrítica, al objeto de definir políticas regionales y locales en materia de comunicación y cultura, desde la voluntad política de afirmación de un modelo de desarrollo y de construcción de la ciudadanía alternativos a los modelos vigentes de *ciudades informacionales*.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CAMBIO URBANO

Uno de los efectos más importantes del capitalismo – según nos recuerda François Loyer – es la transformación de la escala de los proyectos de construcción y reorganización del espacio. En tiempos de la globalización, en la era de las economías de escala, el problema del valor, de las dimensiones y escalas de lo social, desde el punto de vista espacial, es, sin lugar a dudas, determinante, de la propia lógica del capitalismo. De lo local a lo global, del Estado-nación a la economía-mundo, la historia del capitalismo es la historia de la ampliación y modificación de las condiciones espaciotemporales de desarrollo social, que, en el ámbito de la comunicación, se traduce en la alteración de los *topoi*, de los parámetros espaciotemporales en la experiencia de las masas, introduciendo lo que podríamos denominar “lo espectacular integrado”. La industria cultural, el propio discurso periodístico, es deudor de esta querencia del capitalismo por ampliar sus territorios, por modificar la magnitud y monumentalidad de sus edificaciones, por apreciar lo extraordinario, como principio, en su *normal* evolución social. Tanto así, que, en parte como resultado de lo que Giddens denomina fenómeno de desanclaje, prototípico de la modernidad, podríamos afirmar que a mayor escala del capitalismo, mayor influencia de la comunicación, llegando a nuestros días a la popularización de fenómenos como el marketing urbano, que asigna a la publicidad y estrategias de proyección de la imagen pública de las ciudades, la compleja tarea de posicionamiento y desarrollo económico del espacio social o, en suma, del conjunto del territorio y de la cultura. El cambio radical en la escala que Haussmann pensó para París se ve así hoy reproducido y ampliado con las estrategias de modernización de las nuevas tecnologías que las ciudades del conocimiento y los modelos de urbanismo digital planean como salida a la crisis y demandas de creciente competitividad de los mercados. En otras palabras, el proceso de desarrollo que marca y condiciona el imparable proceso de modernización y cambio social contemporáneo, sólo es explicable y, más aún, coherentemente comprensible, en el marco general de la historia del capitalismo, a partir de cuyas lógicas estructurales podemos analizar consistentemente y definir mejor la actual dinámica *inhabitable* del cambio urbano en nuestras metrópolis.

Antes de entrar a discutir algunos preceptos e ideas de la comunicación en esta materia, vamos por ello a comenzar por describir las tendencias hegemónicas de transformación de lo urbano en el nuevo Capitalismo Cognitivo.

A nuestro modo de ver, el diseño territorial y sistémico del nuevo capitalismo, está determinado por cuatro principios básicos que ilustran, ejemplarmente, las lógicas culturales del contexto en el que nos movemos analíticamente en esta y otras materias comunes a los estudios en comunicación:

1. Cuando hablamos de globalización, lo que distingue nuestra época de otros procesos de transformación del mundo del trabajo, de la cultura y de las relaciones internacionales no es la mundialización en sí, un proceso esencial por otra parte del capitalismo, ya desde sus orígenes, sino más bien el **principio de conexión**, que, lógicamente, y como parte del espíritu positivo y la dialéctica de la ilustración, forma parte fundamental del proceso de cambio social moderno. Esta tendencia general a integrar territorios, realidades, sectores, procesos y formas culturales que tradicionalmente la modernidad había compartimentado

según una lógica del pensamiento bárbaro (Edgar Morin dixit) y simplificador, necesario a la vez para la realización del proyecto moderno, es hoy trascendida por una nueva lógica relacional productiva a la par que azarosa e inestable. Como consecuencia, este principio de conexión nos obliga a pensar, por ejemplo, la comunicación y la educación junto a relaciones entre el sector de las industrias culturales, el desarrollo económico y la organización territorial aspectos o dimensiones estos tradicionalmente separados en la sociedad industrial tradicional, y hoy obligatoriamente en conexión para garantizar la reproductibilidad del capitalismo. De ahí que debemos desarrollar un pensamiento relacional de las complejidades constitutivas que articulan diferentes campos separados de la actividad humana general según una **lógica rizomática**, por utilizar la expresión característica de este nuevo desarrollo, trascendiendo nuestras categorías y conceptos al uso, compartidos por convención en la modernidad clásica ante la constatación de la naturaleza líquida y la lógica fluida que distingue la naturaleza de la Sociedad de la Información.

2. Junto con la conexión, lógicamente forma parte del actual proceso de cambio, la apertura o **creatividad social**. En la medida en que se multiplican las conexiones relacionando aspectos separados, surgen de inmediato nuevas ideas y propuestas de representación. Con las continuas conexiones entre mundos y ecosistemas culturales tradicionalmente desconectados, se han reproducido intensivamente las formas híbridadas y diferenciales de cultura, favoreciendo una heterogeneidad compleja y contradictoria, que nos sitúa ante la necesidad de debatir el multiculturalismo, la explosión de diferencias del pensamiento posmoderno, cuya traducción en proyectos de desarrollo urbano como marca o señal de diferenciación de una ciudad es representativa de una forma de representar la diferencia subsumida y dependiente de la función de valorización del capital y de las necesidades de desarrollo y acumulación que el marco desreglamentado y competitivo de la economía internacional impone sobre los territorios y culturas autóctonas. Pues, parafraseando al profesor George Yúdice, obedece a una racionalidad instrumental que piensa la cultura solo como recurso para esta necesidad de modernización y desarrollo económico y social.

3. La actual lógica del Capitalismo Cognitivo **descentraliza** a la vez que **desterritorializa** la cultura y dinámicas de reproducción. En las últimas décadas, especialmente a partir de los años ochenta del pasado siglo XX, se observa, a nivel político de forma más evidente, una tendencia notoria hacia la descentralización, que privilegia, en consecuencia, el ámbito local como eje estratégico de las transformaciones y cambios necesarios ante el complejo mundo interconectado de la sociedad global de la información y del conocimiento. Paralelamente, junto a este proceso, ha tenido lugar una intensiva dinámica de descentramiento informacional, en esencia contradictorio y problemático, porque justamente los procesos de descentralización han venido asociados a procesos de desregulación y privatización de los servicios públicos, por ejemplo de la educación, y directamente en el sector de la comunicación y la cultura. Analícese por ejemplo el caso de Inglaterra. Cuando se inician los procesos de descentralización cultural, dando amplia autonomía a los municipios y culturas locales, que podría ser entendida como una apuesta claramente democratizadora, los servicios culturales, algunos estratégicos como la educación, son sometidos a una privatización encubierta al transferir la responsabilidad de

la financiación y mantenimiento a las familias y entidades municipales, mientras se privilegiaba a la transferencia de recursos del sistema público al privado disminuyendo la inversión del Estado en la enseñanza básica y secundaria y el sector público de la industria cultural. En otros términos, y más allá del caso británico, suficientemente significativo por ser el centro de la revolución conservadora durante dicho periodo, la descentralización política y económica de nuestras sociedades forma parte de un proceso contradictorio del capitalismo, por el que la creciente descentralización y autonomía de lo local tiene lugar en una lógica de reorganización de las economías de escala que obliga a los actores sociales a un intensivo proceso de desterritorialización y reterritorialización de sus espacios, instituciones y comunidades, a tenor de la tendencia general de los procesos de valorización que tienen lugar con la construcción de la Sociedad de la Información. Así, “las metrópolis expresan e individualizan el consolidarse de la jerarquía global, en sus puntos más articulados, en un complejo de formas y ejercicio de comando. Las diferencias de clase y la programación genérica en la división del trabajo ya no se hacen mas entre naciones sino entre centro y periferia, en la metrópolis” (Negri, 2006: 241) siendo plenamente funcionales a los fines últimos del proceso de acumulación.

4. Por último, tendríamos que destacar la existencia de un principio de **traducción** hacia la que apunta la creciente necesidad de convergencia, de equiparación e intercambio entre medios, culturas, sistemas y economías de la comunicación. Hablamos lógicamente de una lógica de integración del capital, que hoy convierte en intercambiable cualquier forma o expresión simbólica, cualquier manifestación cultural; y, desde luego, todo mensaje y política de la representación. Esta dinámica, como en el caso de la descentralización territorial, es una exigencia del capitalismo que resuelve la problemática creatividad social y la multiplicidad de expresiones de lo local, homologando para su intercambio los universos referenciales disponibles ante la exigencia de rotación del capital. Si la heterogeneidad, si la diferencia y la diversidad, reconocida en un sentido radical, es un problema para el capitalismo, a la vez que, paradójicamente, su condición de ampliación del valor, es comprensible por tanto que tengamos un problema de hermenéutica diatópica en nuestro tiempo. En otras palabras, y siguiendo aquí a Boaventura de Sousa Santos, una condición para el desarrollo del capitalismo es el despliegue de sistemas de traducción cultural y de intercambio de diferentes referentes y formas culturales en la aldea global, capaces de equiparar y subsumir mediante políticas de representación, los marcos, fuentes y modelos de expresión de las culturas locales o periféricas.

En definitiva, considerando los principios y lógicas antes expuestos, podríamos definir la Sociedad de la Información como una **sociedad descentrada**. No es casual que muchos teóricos contemporáneos comparen ésta con la época medieval, por la multiplicación de poderes, la descentralización y/o insularidad derivadas del creciente aislamiento social y la proliferación de jerarquías territoriales, por la que entra irremediabilmente en crisis el poderoso Estado-nación, impelida por los procesos de globalización y descentralización que impulsa el propio capitalismo. En definitiva, nos encontramos, como señala Ulrich Beck, ante un nuevo entorno que poco tiene que ver con el espíritu positivo de la ilustración y sus modelos de previsión social, entre otras razones porque la naturaleza del cambio es complejo y difícilmente manejable, una sociedad de

riesgo, pero también de oportunidades que, no casualmente, por utilizar el paralelismo con el medioevo, en la era neobarroca que vivimos, tiende por lo general a producir lecturas muy pesimistas sobre la posibilidad de construcción de alternativas colectivas de progreso; y de transformación del cambio histórico en un sentido distinto al actual. Quizás resultado de la problemática asunción de la singularidad por el pensamiento y la teoría emancipadora.

Ciertamente, vivimos en la postmodernidad la confusión propia de la explosión de la diversidad creativa y de aceleración del movimiento que altera radicalmente nuestros parámetros de percepción y adaptación al cambio moderno. De hecho, podríamos caracterizar esta sociedad informacional como una sociedad de la **cultura nómada**, que hay que pensar ahondando en las nuevas expresiones de la cultura popular, no como formas o manifestaciones ancladas de experiencia, sino como formas dinámicas y fugaces de representación que tradicionalmente la teoría marxista había asociado a la superestructura y que hoy constituyen, en cambio, formas materiales transformadoras del proceso histórico, y la base material de definición del capitalismo maduro o, como convendría definir más precisamente, postfordista o cognitivo. Así, la ciudad digital bascula en una contradicción o paradoja compleja. En una cultura en la que todo habitar es provisorio, un puro efecto de flujo, “la ciudadanía se obtiene por trasmigración, por recorrido y conversión. No se pertenece a una comunidad u otra por origen o estancia, se tiene la marca instantánea del circular, del encuentro fortuito” (Brea, 2007: 109). No hay fronteras, no hay límites a los flujos. Los actores sociales transitan y mudan sus acciones e intercambios, su cultura es una cultura nómada, construida en muchos casos en tierra de nadie, en la *nutopía*. Resueltamente, cada vez es más difícil territorializar. Y, sin embargo, es necesario anclar la experiencia, fijar los límites, no de lo físico, sino de *lo enunciable*. Nos enfrentamos, sin duda, a un nuevo modo de ciudadanía, ante un espacio de comunidad sin sedes ni territorios. Una suerte de *nutopía* que vincula a sus gentes por las memorias que comparten y dicen en común, construyendo espacios de encuentros, ágoras o plazas públicas en el ciberespacio, con una temporalidad y lógica de la mediación alterativa. Resulta así, como consecuencia, que la metrópoli es hoy la república de la multitud, un espacio problemático, complejo y, como no, conflictivo. “Hoy el problema se presenta de manera diversa porque las varias secciones de la fuerza de trabajo se presentan en el híbrido metropolitano como relación interna e inmediatamente como multitud: un conjunto de singularidades, una multiplicidad de grupos y de subjetividades que ponen en forma (antagonista) el espacio metropolitano” (Negri, 2006: 239). En este escenario debe analizarse la microfísica de potentes procesos productivos de subjetividad que surcan este nuevo entorno urbano.

El problema es cómo se teorizan esos cambios. Mientras que cierto posmodernismo “conservador” insiste sobremanera en la necesidad de olvidar las vanguardias estéticas, teóricas y el pensamiento totalizador, otros planteamientos que nosotros compartimos —y que creo—, son los más pertinentes para construir una ciudadanía en la comunicación compleja que vivimos, ponen el acento no tanto en la crisis y la vanguardia —aunque luego hablaremos algo de Foucault y la crisis del intelectual orgánico, tal y como lo hemos pensado a la hora de construir ciudadanía en la comunicación— otros enfoques más productivos, argumentábamos, procuran vincular la imagen de la ciudad con la lógica de la subsunción que proyecta la economía de signos y espacios de la que habla Scott Lash, esto es, precisamente como la manifestación más desarrollada de la creciente reificación y

alineación características del capitalismo tardío en el que el conjunto social y el territorio conforman una mercancía global.

Descritas algunas de las tendencias globales del Capitalismo Cognitivo, convendría pues detenerse en este punto particularmente, antes de discutir las derivas y alternativas de la ciudadanía, desde el punto de vista de la teoría y la política democrática de la comunicación en el ámbito local.

CRITICA TEÓRICA Y PRAXIS CULTURAL

Frente a las concepciones neoconservadoras y posmodernistas de la arquitectura y la ciudad, frente a la fragmentación y dispersión promulgada por los modelos de distopía urbana prototípicos del individualismo posesivo, a la hora de planear los modelos de ciudad, David Harvey advierte que tenemos otras alternativas críticas que podríamos retomar como estrategia o alternativa teórica a la hora de pensar la ciudadanía, la comunicación y la cultura urbana en el nuevo escenario que hemos descrito anteriormente. Desde una perspectiva teórico-crítica, Jameson —y quienes trabajamos desde una lectura neomarxista o paleomarxista (por jugar irónicamente con quienes beben de las fuentes del pensamiento liberal anterior a Marx) de la realidad - afirma que pensar la cultura y la ciudad tiene implicaciones desde el punto de vista de la economía política; integrando aspectos del desarrollo urbano que van más allá de los fijaba la visión de lo público en la modernidad, al concernir aspectos como el imaginario o la educación y el buen gobierno, según puede observarse en algunas experiencias emblemáticas de reestructuración urbana como la ciudad de Londres. Desde esta perspectiva, la teoría crítica plantea la necesidad, frente a los modelos populistas que hablan de la imposibilidad de construir un modelo global de interpretación, la pertinencia de construir una alternativa crítica al capitalismo flexible y posmoderno, en la Sociedad de la Información, desarrollando un pensamiento totalizador —que no totalitario— como condición necesaria para desarrollar los antagonismos, contradicciones y modelos de planeación del desarrollo ciudadano en la era red, de forma más equilibrada y democrática.

Ello exigiría, en principio, abordar tres aspectos problemáticos en la nueva cultura digital:

1. El pancomunicacionismo. Los modelos de ciudad-red o ciudades digitales reeditan hoy, por mor de lo que Yúdice denomina el recurso a la cultura, el común error de pensar la realidad del territorio desde visiones comunicocéntricas o más exactamente desde el pancomunicacionismo. Se afirma así la falsa idea de que es en el ámbito exclusivo de la comunicación donde las ciudades, y en general los territorios, resolverán sus contradicciones, falencias y retos para el desarrollo endógeno y, desde luego, para la definición de una nueva ciudadanía en los albores del nuevo orden social. Y es que, como sabemos, la ciudad digital es una ciudad de frecuencia modulada. Si modular es imponer una ruptura, una discontinuidad, separar y dividir la unión cooperativa espontánea,

gestionar y gobernar las formas de vida urbana, la era de la ciudad informacional depende, en efecto, hoy más que nunca de la comunicación, de la capacidad expresiva de sujetos sociales creativos que pongan en común su capital simbólico. Del malestar de la cultura y del malestar de las ciudades, se pasa así a la tonificante idea de la garantía de capitalización sociocultural que procuraría el recurso a la comunicación y la cultura como espacio de representación, de religación de las identidades fracturadas, derivadas de las licuaciones y disolución de las ataduras simbólicas, físicas y sociales que la rotación acelerada del capital genera. Hemos pasado así en los organismos y foros internacionales de hablar de desarrollo endógeno a pensar políticas de comunicación para el **empoderamiento**, la confiabilidad y *buena gobernanza* de la administración local, cuando lo público, lo común tiende, justamente, a ser cercado y objeto de un proceso de privatización. En este sentido, parece lógico advertir de los peligros del pancomunicacionismo, en el ámbito urbano, apuntando cómo la construcción de estos modelos de ciudadanía tiene lugar según las necesidades de la creciente mercantilización del mundo social, cómo las formas contemporáneas de experiencia del sujeto social son mediatizadas por las lógicas mercantiles basadas en la privatización del espacio público y la espectacularización del propio territorio para construir un modelo de desarrollo y de identificación cultural orientado, básicamente, al consumo. Por ello, como sugiere Jameson, es necesario vincular lo simbólico con el desarrollo del capitalismo, es decir, no podemos entender la arquitectura posmoderna, la literatura, el inconsciente ideológico, sin su trama material que la gobierna. Hoy, sin embargo, los estudios culturales flotan en el aire como si lo simbólico fuera algo completamente ajeno a las relaciones de producción, a las formas de explotación, al desarrollo del capitalismo, al proceso, en suma, de acumulación flexible. Como si lo simbólico determinara el proceso de valorización y nunca al revés, evitando en todo momento vincular esta relación dialéctica y compleja, entre lo simbólico y lo material. En otras palabras, no entender, como señala Lash, que la economía de signos está sujeta a esta dinámica de circulación, es decir, no entender que lo simbólico forma parte ya de nuestra estructura económica y que está sujeta por tanto, a las leyes de desarrollo del capitalismo, parece un contrasentido en un discurso que, paradójicamente, pone el énfasis en la maximización del beneficio.

2. La emergencia de nuevos espacios. La crítica fundada al fetichismo mercantilista de las nuevas formas de pancomunicacionismo y de populismo cultural en la era de las megalópolis posmodernas no puede no obstante ignorar que, en los últimos tiempos, asistimos a la configuración y desarrollo de nuevos espacios públicos, de nuevas especialidades, y formas de urbanidad que, como consecuencia, han alterado los modelos y, sobre todo, las experiencias subjetivas de ciudadanía afectando, en consecuencia, la cultura y lógicas de representación y conocimiento social. Las plazas comerciales, las ciudades dispersas y los nuevos espacios de aglomeración urbana dan cuenta, a este respecto, de un nuevo marco lógico en el que pensar la política de comunicación municipal y más allá aún, las fórmulas teóricas y críticas de negación del modelo privativo de adaptación o *comodificación* de lo urbano, en términos de política cultural.

3. La ciudad total, el pensamiento global. La constatación de la hipótesis de Scott Lash sobre el dominio de jerarquías territoriales entre zonas vivas y ciudades muertas, en virtud del acceso y participación en los flujos de capital, mercancías y conocimiento, constata, según hemos avanzado en el comienzo de este artículo, el dominio de unas condiciones materiales de reproducción de las asimetrías interurbanas en las que la comunicación juega la función ideológica de reproducción y legitimación de las formas idealistas de pensamiento de la cultura posmoderna, en tanto que proyección virtual de la segregación de la ciudad, y de la ciudadanía, según las exigencias de la división internacional del trabajo o, para ser más exactos, de la especialización y segregación productiva que marca las necesidades de reproducción y ampliación de la escala y acumulación del capital. Ello es así inexorablemente, mal que pese a los ingenuos urbanistas de las ciudades soñadas. Esta misma recurrente fe idealista ha llevado a los estudios en la materia a una concepción insular y fragmentaria de las transformaciones territoriales que, incesantemente, se producen y amplían en el nuevo Capitalismo Cognitivo, cuando más necesario es, a nuestro juicio, un enfoque globalizador. A un tiempo y espacio concretos, a unas lógicas específicas de reproducción del territorio, de las culturas e identidades locales, en economías de escala, debiera corresponder, sin lugar a dudas, una visión unitaria, totalizante, de la Teoría de la Comunicación y de la Ciudad, pensando los nuevos modelos o cartografías urbanas, y las formas concretas y plurales de ciudadanía desde una visión integradora y global del conjunto de estas transformaciones sociales. Bien es cierto que ya no son los tiempos del panóptico ni del modelo diagramado de la ciudad moderna, no es la era de la clásica sociedad industrial que Benjamín tan magistralmente describió en sus reflexiones sobre los pasajes de París. Hemos descrito páginas atrás nuestra era como un tiempo marcado por la lógica de la dispersión, y por ende de la poliarquía, la era del Imperio, del zócalo y del laberinto, una era neobarroca de la ciudad-red y de los modelos de urbanismo líquido. Pero en los tiempos fugaces de la Sociedad de la Información, en la panoplia pública del nuevo urbanismo de la “destrucción creativa” las matrices del cambio deben ser enfocadas fuera del marco de la patrimonialización del capital social y urbano que tiene lugar en la subsunción de la sociedad entera por el Capital, y ello solo es posible con una teoría crítica que capture la singularidad de estos procesos en una teoría del cambio social potente, reflexiva y totalizadora. Obviamente, a diferencia de ciertos debates sobre el posestructuralismo, es necesario pensar la relación entre poder y conocimiento, compleja y problemática articulación que el pensamiento marxista a veces no había asumido críticamente. De este modo se podría contribuir a la consecución de un nuevo pensamiento que resitúe el conocimiento en torno al interés social en el marco general de las actuales transformaciones. El legado de Foucault en ese sentido es inexcusable. Los trabajos, por ejemplo, de Mattelart sobre la arqueología y genealogía de la comunicación moderna, demuestran en este punto cómo la génesis del campo de la comunicación establece una cierta relación entre las formas de poder y control con las formas de conocimiento, teorización y representación cognitiva de este espacio de la mediación comunicacional o de las industrias de la información, paralelamente, por cierto, a la extensión de las ferias y luces de la gran ciudad, a los grandes proyectos de urbanización y de extensión de lo público y de lo social.

Desde este marco teórico, es posible observar, en resumen, la verdadera naturaleza del cambio urbano al que asistimos, proyectando una visión diametralmente distinta de los procesos de articulación de la comunicación y el desarrollo social.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DECONSTRUCCIÓN DE LAS IMÁGENES URBANAS

Hasta aquí hemos tratado de fijar el marco teórico y las claves político-culturales de desarrollo del nuevo entorno urbano con relación a la comunicación y la cultura. Ahora, ¿cómo y qué está sucediendo en el Capitalismo Cognitivo desde el punto de vista de la política de desterritorialización y representación de nuestras ciudades ?, ¿ en qué consiste tales políticas ?, ¿ qué tendencias podemos observar en el diseño de las campañas y colonización de los imaginarios urbanos que promueve hoy el capitalismo global?. En definitiva, antes de plantear una agenda de investigación es el momento de precisar, en lo concreto, el proceso de transformaciones que la ciudad y la ciudadanía está experimentando en el nuevo modelo de urbanidad.

Hemos apuntado, indirectamente, que el elevado nivel de competencia y las exigencias de valorización del capital ha llegado a tal grado que las ciudades, en su conjunto, se han convertido en objeto de la subsunción social general, obligadas ya no sólo a atraer capitales para su desarrollo mediante medidas de rebaja fiscal o en términos de dotación de infraestructuras y condiciones adecuadas de transporte y comunicaciones fluidas por todos los medios; más allá aún, hoy el conjunto urbano se ha transmutado en una mercancía total, que debe ofrecer valores agregados, básicamente inmateriales, y por tanto vinculados a la industria del ocio, la cultura y el entretenimiento. De ahí que gran parte de las estrategias de renovación y desarrollo local estén asociadas a la comunicación como ámbito de valorización. Al punto que en muchos casos la comunicación y el desarrollo local es concebido como marketing urbano, esto es, como básicamente el diseño de una campaña de imagen que distinga la marca de una ciudad en el mapamundi del sistema de mercado integrado, de tal manera que en el posicionamiento estratégico el proyecto de ciudad sea fácilmente reconocido en virtud de la diferencia atribuible a la cultura, tradiciones o festividades autóctonas.

Obviamente, la comunicación tiene aquí una función básicamente reguladora, y auxiliar en los procesos de planeación modernizadora del territorio. Esto es, el modelo de *marketing* urbano utiliza la comunicación desde una lógica instrumental y accesorio, por razones de eficiencia y economía de señales, según criterios metodológicos, y de filosofía social, característicos de un pensamiento funcional coherente con los principios de la teoría de difusión de innovaciones que criticábamos hace décadas en los trabajos impulsados por investigadores norteamericanos que asesoraban a la UNESCO en sus proyectos de transferencia de tecnología de la información a los países periféricos, con la promesa de una modernidad finalmente frustrada. La lógica que inspira estas propuestas es pues la misma que encontramos en proyectos de extensión tecnológica de Internet sin variaciones significativas. Ciertamente, el entorno ha cambiado, y ya no hablamos de teoría de difusión de innovaciones, sino de *marketing* urbano, de capital social y de industrias creativas y de

talento o capital cultural de una ciudad, pero la lógica, en lo esencial, sigue siendo la misma.

En la mayoría de las experiencias conocidas de planeación de la política de la comunicación para el desarrollo urbano, las mediaciones simbólicas son pensadas como un dispositivo técnico de reconstrucción de la imagen interna, a fin de tratar de crear identidad colectiva como ciudad, orgullo cívico y, desde luego, atraer nuevas inversiones y personal cualificado reduciendo, a cambio, la capacidad de autodeterminación de los actores locales. Ahora, ¿quién está produciendo esos modelos de desarrollo globales que determinan la posibilidad de desarrollo urbano local y qué papel tienen las identidades culturales en ese espacio?, ¿qué posibilidad de construcción de autonomía y proyección permiten los procesos de innovación tecnológica?, ¿qué objetivos y modelos de urbanidad son de interés público?, en definitiva, estas y otras cuestiones significativas que dan cuenta de la pertinencia o no, del sentido final que justifica los modelos de ciudad y, por ende, de ciudadanía son aspectos que, habitualmente, quedan al margen de la metodología y praxis del marketing urbano. Los planes generales de reordenación urbana, como mucho, testan las formas de privatización del espacio público, basadas en una férrea división del trabajo entre quienes diseñan y proyectan los imaginarios y el conjunto de la ciudadanía, convertida en figurante y consumidor del espectáculo creativo de la nueva ciudad.

Conviene por ello comenzar a pensar la lógica de la comunicación, la ciudad y la ciudadanía desde otros parámetros distintos al paradigma o enfoque del marketing urbano, definiendo una agenda y líneas de desarrollo de investigación e intervención social basadas en el lenguaje de los vínculos y en la reivindicación de lo procomún.

HACIA UN NUEVO MODELO DE DESARROLLO URBANO EN COMUNICACIÓN

Al tratar de concebir y repensar las complejas relaciones entre la comunicación y el desarrollo social, hay, a nuestro entender, cuatro ejes prioritarios a considerar para plantear un enfoque crítico alternativo en la era del Capitalismo Cognitivo. Obviamente, partimos de la idea de que no podemos pensar la comunicación y la ciudadanía sin plantear críticamente un abordaje integral de las formas de representación y democracia, esto es, sin abordar el reto de la participación ciudadana en la planeación urbana, porque es precisamente desde este punto desde donde se puede comprender y esbozar las bases conceptuales, y especialmente metodológicas, de transformación del entorno urbano, ahora que asistimos a una recurrente apelación a las políticas culturales para el desarrollo local tanto en el ámbito del Estado-nación en crisis y retirada de funciones nucleares de centralización, como en organismos internacionales como los ya anteriormente citados.

Apuntamos por ello, aun brevemente, para concluir, algunos ejes y aportaciones para el debate en este punto, sin ánimo, como es lógico, por la brevedad y limitaciones del presente trabajo, de cerrar la discusión. Tómese el lector las siguientes líneas a modo preámbulo o de apertura para su discusión en nuestro ámbito científico más inmediato:

1. Crítica de la *distopía urbana*. Como hemos analizado en nuestra introducción, la ciudad es hoy, hipermediatizada, un espacio otro. Nos encontramos ante “un laberinto irreductible de topologías rinconeras, esquinadas, minoría enjambrada de los lugares cualquiera, átopos e innombrados. Nada sino una micrología estallada en constelaciones heterótomas, sin lugares densos, sin puntos inflexivos o caracterizados. Y sin embargo, y esto no debemos negarlo, tampoco hay aquí falta de apuesta – o la laxitud pluralista de un todo vale, o todo equivale” (Brea, 2007: 121). En esta línea, y más allá de las experiencias de *Second Life*, del cine manga o de la literatura ciberpunk, el pensamiento comunicológico, desde una óptica crítica, tiene como primera tarea *deconstruir* y cuestionar el discurso público hegemónico de la *distopía urbana*, de los modelos – a decir de David Harvey – tipo *Blade Runner*. De ahí la reivindicación de, en palabras de Adorno, la *totalidad perdida*, un pensamiento y una visión de conjunto del espacio simbólico de la ciudad, reinventando, en términos de Jameson, las lógicas de valorización urbana que el capitalismo-ficción, que el capital financiero alimenta y prefigura públicamente a través de la comunicación en sus estrategias de valorización y especulación del territorio. Se trataría pues de descifrar, descodificar y representar la nueva vida urbana, las nuevas formas de ciudadanía desde una antropología materialista de la comunicación y la cultura que piense el cambio urbano, y el imaginario popular fragmentario de los *nuevos pasajes* de la ciudad, desde una Comunicología resueltamente dialéctica.

2. Análisis de la geopolítica de la comunicación. En esta línea, es urgente abordar el estudio de las nuevas formas de reorganización urbana en torno a las industrias culturales que tienen lugar en el ámbito local, en el proceso de convergencia de las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones, el sistema científico-tecnológico, el turismo y el comercio local. “La metrópoli, con su concentración de capital y trabajo vivo, explicita al nivel más alto todas las contradicciones del sistema portfordista, las reproduce en su seno, en la vida que la habita, en todo el sistema de relaciones que la atraviesa” (Di Maio/Tiddi, 2004: 118). El problema de la economía de la comunicación y la industria cultural, es decir, la cultura, por mucho que se le idealice desde los estudios culturales no es sólo una dimensión simbólica, es sobre todo una mercancía cultural y esto obliga a pensar la economía política de esa comunicación y de esas industrias culturales, en su papel articulador de los procesos de subsunción y valorización del capitalismo. Es el momento de trascender ciertas inercias del pensamiento idealista de la negación del cambio social. Llama en este sentido la atención que cuanto más determinante es la geopolítica de la comunicación y la cultura para definir posiciones, y transformar la vida, incluso en sus cartografías domésticas más elementales en los mundos de vida, menos se aborda la dimensión productiva de lo inmaterial. Por tanto, más allá del debate nominalista sobre las llamadas industrias creativas, la crítica económico-política de la geopolítica de la estructura de la comunicación en los nuevos modelos de ciudad es una tarea estratégica. De ello dependen las posibilidades de autonomía y, en un plano científico, la capacidad de comprender los fracasos y desarrollos positivos del nuevo Capitalismo Cognitivo en las megalópolis posmodernas.

3. Patrimonio, matrimonio, memoria. Un tercer aspecto a considerar en la agenda de la reflexión que nos ocupa tiene que ver con la memoria cultural, esto es, con la dimensión subjetiva o fenomenológica de la cultura. Uno de los rasgos característicos de nuestra posmodernidad es la anulación del potencial emancipatorio y vital, del recuerdo, lo que, sin duda, condiciona nuestra capacidad de anticipación histórica y de proyección a futuro. Un problema teórico central de nuestro tiempo es, desde este punto de vista de la experiencia del sujeto, pensar el problema de la memoria en la era digital, una labor crucial que apunta directamente sobre la política de archivo o, más concretamente, sobre el problema de la gestión y organización del conocimiento local. El modo de registro y clasificación de nuestro legado – desde las artes a las culturas populares y las tradiciones – el modo de representar quiénes y cómo somos, más allá de los modelos faraónicos de modernización urbana, o más allá de la instrumentalización de esa gestión y organización de conocimiento local con fines de acumulación y valorización de capital, es sin duda un problema de actualidad, pues apunta sobre lo procomún, o más exactamente, pone en evidencia cómo el proceso de subsunción de la sociedad entera, de la ciudad en su conjunto como mercancía, tiende a expropiar a las culturas locales de su expresión y su lenguaje, de su ser y su presencia, para registrarla como objeto de consumo homologado. En este proceso, hay que pensar las políticas de representación, la política de archivo, y por ende los canales y mediaciones, pero también los espacios comunes, los puntos de conexión y condensación, las formas de socialidad. “El proyecto no es el de colectivizar sino el de reconocer y organizar el común. Un común hecho de un patrimonio riquísimo de estilos de vida, de posibilidades colectivas de comunicación y reproducción de la vida y, sobre todo, del exceso de la expresión común de la vida en el espacio metropolitano” (Negri, 2006:240). Si sabemos, desde la Escuela de Chicago, que la ciudad son espacios comunes transindividuales, espacios de localización de dinámicas sociales, de consumos y formas de habitar singulares, los surcos o huellas, los registros que quedan en la piel o pliegues de esta cultura monumental, deben ser actualizados y sujetos a una lógica crítica de reinterpretación. Es preciso, en fin, recuperar el espesor *matricial* de las culturas, lugares y experiencias de los sujetos, desde su especificidad y capacidad de registro y archivo para recuperar los espacios de esperanza, su potencial imaginario.

4. La modernización educativa. El proceso de desarrollo de las ciudades del conocimiento forman parte también, por último, de la discusión sobre comunicación y ciudadanía, por lo que debe ser objeto de una investigación e intervención social consciente de los límites del capitalismo. Hasta hace poco, el único ámbito público no colonizado según la lógica del capital era la educación, donde la política pública de extensión y regulación del Estado hacía posible la construcción de espacio público y el autoreconocimiento de los derechos ciudadanos, socializando a los nuevos sujetos de la polis. Hoy por hoy, en cambio, la educación está sometida a un proceso de valorización intensiva, y de comercialización de los conocimientos. Plataformas y portales como UNIVERSIA, que se extienden hacia América Latina, apuntan la emergencia de proyectos de valorización de la denominada *nueva economía del conocimiento*, que ya están operando a escala local, integrando estrategias de desarrollo urbano que procuran explotar el capital – la denominada por Marx inteligencia social general – como motor del proceso de modernización y desarrollo de las ciudades.

Algunas páginas más atrás, señalaba que la función del investigador en comunicación no puede ser la misma después de las aportaciones de Foucault; ni después del debate sobre el posestructuralismo. Es necesario asumir radicalmente la idea del intelectual, del investigador, con relación a los procesos de mediación del interés social, esa relación que la dialéctica materialista había establecido entre teoría y práctica. Pero en nuestro tiempo, para pasar de la idea de la universalidad a la teoría como caja de herramientas, procurando la construcción de pensamiento y de conocimiento social desde y a partir de las redes ciudadanas, para constituir una economía política del conocimiento. En otras palabras, y para el caso que nos ocupa, el intelectual debe procurar pensarse como un sujeto nómada, reflexivo, situado en los aparatos de información, siendo consciente de que existe una micropolítica de los saberes sometidos, de los conocimientos locales, que debe impulsarse hasta el extremo, en esa ética de la inconformidad que señalaba Foucault en algunos de sus últimos escritos.

Ahora bien, el hecho de que estemos pensando en el ámbito ciudadano local, en la articulación de comunicación; en las luchas locales y en el compromiso intelectual con esas redes de información de los movimientos sociales, no significa que perdamos de vista la totalidad. Es más, una de las ideas que ya señalaba al comienzo del presente artículo es que precisamos volver a reivindicar el pensamiento totalizador o recuperar la voluntad de la *totalidad perdida*, si queremos trascender la incomunicabilidad de la que habla Negri en *Imperio*. Esto es, si no pensamos con una visión total las luchas fragmentarias y locales de la nueva ciudadanía, los esfuerzos de la teoría crítica terminarán, nunca mejor dicho, perdiéndose en el espacio.

Somos conscientes que, en la agenda política de la sociedad-red, hay numerosas y trascendentales transformaciones que exigen de parte de la teoría crítica nuevas herramientas y metodologías, así como la reformulación de las concepciones al uso. Pero quizás una constatación evidente en las experiencias de modernización de las ciudades, es que es prioritario democratizar la teoría y la praxis de la investigación en comunicación. Desde esta perspectiva, antes que abordar la pertinencia de las políticas locales, antes de revisar las agendas de investigación es importante comenzar a socializar y democratizar el conocimiento sobre la comunicación. Ha llegado el momento de empezar a hacer investigación-acción, en los movimientos sociales, aportando nuestro saber para esas luchas, más allá de la consideración como objetos de estudio de interés para la ciencia. Necesitamos, en este sentido, hoy más que nunca, una Comunicología que trabaje en las redes ciudadanas para transformar la realidad, generando economía social, conocimiento local, recuperando, en fin, la memoria, desde la praxis sobre diversas realidades que atraviesan la economía política del conocimiento, la diversidad y conflictos interculturales, la participación democrática, el desarrollo, la cultura, las necesidades radicales. . . . la comunicación en fin, que, como la vida misma, no tiene fronteras, y aspira a realizar el sueño de todo sujeto: aprender a ser. Aunque sea en las ciudades muertas por las que no fluye la energía del capital, ni las mercaderías y se trazan las barreras y muros de la ley de hierro del capital.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFONZO, A. (1997): “A la ciudad para el ciudadano por la comunicación” en Diálogos de la Comunicación, número 47, Lima: FELAFACS.
- APPLE, M.W. (1996): *Política cultural y educación*, Madrid: Ediciones Morata.
- BECERRA, Martín (1999): “El proyecto de la Sociedad de la Información en su contexto”, en Anàlisi, número 23, Universidad Autónoma de Barcelona.
- BOHMAN, J. (1996): *Public Deliberation: pluralism, complexity and democracy*, Cambridge: MIT.
- BORJA, Jordi y Manuel CASTELLS (1998): *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*, Madrid: Taurus.
- BREA, José Luis (2007): *Cultura RAM*, Barcelona: Gedisa.
- BLUMLER, Jay G. and S. COLEMAN (2001): *Realizing Democracy Online. A Civic Commons in Cyberspace*, IPPR/Citizens Online Research Publications, número 2, March (www.ippr.org.uk).
- BURGELMAN, Jean-Claude (2003): “A New Paradigm for eGovernment”, IPTS Report, Issue October, 2003 (www.jrc.es/home).
- BUSTAMANTE, Enrique (1986): “Políticas de comunicación: un reto actual” en MORAGAS, M. (Ed.): *Sociología de la comunicación de masas. Nuevos problemas y transformaciones tecnológicas*, Barcelona: Gustavo Gili.
- CATTANEO, G. (2004): “Building eGovernment: European Regions Alternative Strategies” (www.databank.it).
- CENTENO, C. ; R. VAN BAVEL; Jean-Claude BURGELMAN (2004): *eGovernment in the EU in the next decade: The vision and key challenges*, Sevilla: IPTS/European Commission.
- COLLINS, R. y MURRONI, C. (1996): *New Media. New Policies*, Cambridge: Polity Press.
- COMUNICACIÓN COMISIÓN EUROPEA (2004): *Challenges for the European Information Society beyond 2005*, 19 November 2004.
- DEL GUIZZO, Florencia y Adrián ROZENGARDT (2005): “La sociedad civil y la sociedad de la información: lo local como eje de convergencia” en FINQUELIEVICH, Susana (Coord.) : *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e Internet*, Buenos Aires: La Crujía.
- DI MAIO, Rafael y Andrea TIDDI (2004): “Necesidades comunes. Precarios, entre la autovalorización y mando” en Revista Brumaria, número 3.
- DOWNING, John D.H. (2001): *Radical Media. Rebellious Communication an Social Movements*, Londres: Sage.
- DUTTON, William (Ed.) (1996): *Information and Communication Technologies: Visions and Realities*, Oxford University Press.
- ECHEVERRÍA, Javier (2004): *Nuevas tecnologías, sociedad y democracia*, Vitoria: HEGOA.
- EUROPEAN COMMISSION (2003): *Communication. The Role of eGovernment fo Europe’s Future*, COM (2003) 567 of 26 Sep. 2003.
- EUROPEAN INSITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION (2003): *eGovernment in Europe: The State of Affaire*, EIPA (www.eipa.nl).

- FERNÁNDEZ BEAUMONT, José (2005): “Una sociedad de la comunicación construida sobre las buenas prácticas” en TELOS, Abril-Junio, número 63, Fundación Telefónica. Madrid.
- FINQUELIEVICH, Susana (Coord.) (2005): *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e Internet*, Buenos Aires: La Crujía.
- FORGE, Simon (2004): “Hacia una política de la UE para el software de código abierto”, IPTS, número 85, Sevilla: IPTS.
- FRANKE, Thomas y Francisca FRÖLICH (2004): “Town Planning and Citizen Participation”, German Institute of Urban Affairs. DIFO.
- FRISSEN, V. (2003): “ICTs, civil society and local/global trends in civil participation”, Taller ICTS and Social Capital in the Knowledge Society, Sevilla: IPTS.
- GALVAO, A. C.F. (2003): *Regioes e cidades, cidades nas regioes: o desafio urbano-regional*, Sao Paulo: UNESP/ANPUR.
- GARCÍA YRUELA, Jesús (1995): *Comunicación, tecnología, participación*, Madrid: Editorial Popular.
- GENRO, T. y DE SOUZA. U. (2000): *El Presupuesto Participativo: La experiencia de Porto Alegre*, Barcelona: Ediciones del Serbal.
- GILLESPIE, A. (1992): “Communications technologies and the future of the city” en M. Breheny (Ed.): *Sustainable Development and Urban Form*, Londres: Pion.
- GIROUX, Henry A. (2001a): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*, Madrid : Fundación Germán Sánchez Rupérez.
- GIROUX, Henry A. (2001b): *Cultura, política y práctica educativa*, Barcelona: Graó Editorial.
- GÓMEZ, María Luisa (2003): “Ciudades en Red y Redes de ciudades: a vueltas con la ordenación del territorio en la ciudad digital”, Málaga: UMA.
- GRAHAM, S. y S. MARTIN (1996): *Telecommunications and the city: Electronic Spaces, Urban Spaces*, London: Routledge.
- GRAHAM, Stephen (1997): “Las telecomunicaciones y el futuro de las ciudades: derribando mitos”, *Cities*, Vol. 14, número 1, pp. 21-29.
- GRAHAM, Stephen (2000): “Constructing Premium network space: reflections on infrastructure networks and contemporary urban development”, *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 24. 1. , pp. 183-200.
- GRAMBERGER, Marc (2001): *Citizens as Partners. Handbook on Information, Consultation and Public Participation in Policy Making*, París: OCDE.
- GROSSMAN, L. (1995): *The Electronic Republic: reshaping democracy in the information age*, New York: Penguin Books.
- GUATTARI, Félix (2004): *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- GUMUCIO, Alfonso (2001): *Making Waves: Stories of Participatory Communication for Social Change*, NY: The Rockefeller Foundation.
- GURSTEIN, M. (Ed.) (2000): *Community Informatics: Enabling Communities with Information and Communications Technologies*, Hershey: Idea Group Publishing.
- GURSTEIN, M. (2005): “Uso efectivo: Una estrategia de informática para la comunidad más allá de la brecha digital” en Susana FINQUELIEVICH (Coord.) : *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e Internet*, Buenos Aires: La Crujía.

- HALLECK, D.D. (2002): *Hand-Held Visions: The Impossible Possibilities of Community Media*, New York: Fordham University Press.
- HIMANEN, P. (2002): *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*, Barcelona: Destino.
- IBÁÑEZ, Jesús (1986): *Más allá de la sociología*, Madrid: Siglo XXI.
- INNERARITI, Daniel (2006): *El nuevo espacio público*, Madrid: Espasa-Calpe.
- JAMESON, F. y NIYOSHI, M. (Eds.) (1998): *The Cultures of Globalization*, Dirham: Duke University Press.
- KAUFMAN, Esther (2005): “Redes asociativas, TIC y formación de funcionarios”, en Susana Finquelievich (Coord.): *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e internet*, Buenos Aires: La Crujía.
- KELLER, James y Brian KAHIN (Eds.) (1996) : *Public Access to the Internet*, Cambridge : MIT Press.
- LEFEBVRE, H. (1969): *El derecho a la ciudad*, Barcelona: Península.
- LEÓN, Oswaldo et al. (2001): *Movimientos sociales en la red*, Quito: ALAI.
- LÉVY, Pierre (2002): *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*, Barcelona: Editorial UOC.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé (1999): “Estrategias locales en tiempos de globalización” en Revista LATINA de Comunicación Social, número 21, Septiembre de 1999.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé (2004): *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- LOVINK, G. (2004): *Fibra oscura. Rastreado la cultura crítica de Internet*, Madrid: Tecnos.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y Germán REY (1999): *Los ejercicios del ver*, Barcelona: Gedisa.
- MASUDA, Y. (1984): *La sociedad informatizada como sociedad postindustrial*, Madrid: Tecnos.
- MATTELART, Armand (1998): *La mundialización de la comunicación*, Barcelona: Paidós.
- MEIKLE, Graham (2002): *Future active: Media activism and the Internet*, New York: Pluto Press.
- MILLARD, Jeremy (2004): “Las TIC y la gobernación”, número 85, Seville: IPTS.
- MUSSO, Pierre (2003): *Critique des réseaux*, París: PUF.
- NEGRI, T. y HARDT, M. (2004): *Multitud*, Barcelona: Debate.
- NEGRI, T. (2006): “La multitud y la metrópoli”, en Revista Brumaria, número 6, Madrid.
- OCDE (2003): *eGovernment Imperative*, París: OCDE.
- PARROCHIA, D. (Org.) (2001): *Penser les réseaux*, Seyssel : Champ Vallon.
- PÉREZ LUÑO, Antonio-Enrique (2003): *¿ Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?*, Barcelona: Gedisa.
- PUIG, Toni (2004): *La comunicación municipal, cómplice con los ciudadanos*, Barcelona: Paidós.
- PRINCE, Alejandro (2005): “E-democracia y desarrollo: límites politológicos” en Susana Finquelievich (Coord.): *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e internet*, Buenos Aires: La Crujía.

- SÁDABA, Igor (2004): *Del cambio tecnológico al cambio social. Conflictos y protestas globales en la red*, Vitoria: HEGOA.
- SIERRA, Francisco (1999): *Elementos de Teoría de la Información*, Sevilla: MAD.
- SIERRA, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*, Barcelona: Gedisa.
- SOUSA DE SANTOS, Boaventura (Org.) (2003): *Democratizar a democracia. Os caminhos da democracia participativa*, Río de Janeiro: Civilização Brasileira.
- VAN BAVEL, René et al. (2003): «ICTs and social capital in the Knowledge Society», Technical Report Series, EUR 21064, Seville: IPTS.
- VAN BAVEL, René; Yves PUNIE; Ilkka TUAMI (2004): “Cambios en el capital social, posibilidades por las TIC”, IPTS, número 85, Sevilla (www.jrc.es/home/report).
- VIRNO, Paolo (2003): *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*, Madrid: Traficantes de Sueños.
- VIZER, Eduardo (2003): *La trama invisible de la vida social*, Buenos Aires: La Crujía.
- VV.AA. (2003): *Otro lado de la brecha. Perspectivas latinoamericanas y del Caribe ante la CMSI*, Caracas: Redistic.
- WASKO, J. y Vincent MOSCO (Eds.) (1992): *Democratic Communications in the Information Age*, Toronto: Garamond Press.
- YÚDICE, George (2002): *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona: Gedisa.

* **Francisco SIERRA CABALLERO** es Profesor Titular de Teoría de la Comunicación del Departamento de Periodismo I en la Universidad de Sevilla. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (SEJ456. Plan Andaluz de Investigación), dirige la Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación (www.compoliticas.org).