

La ciudad comunicada: Los medios de comunicación y la ciudad

Dr. Armand Balsebre
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II
Universitat Autònoma de Barcelona

1. La ciudad comunicada

Las ciudades modernas en Europa se planifican en la segunda mitad del siglo XIX en función de tres necesidades:

a) un ensanche, que supere los límites que imponía el casco antiguo, encerrado entre murallas, o entre la muralla y el río, o entre la muralla y el mar... como en el caso de mi ciudad, Barcelona.

En Barcelona el ensanche proyectado por el ingeniero Ildefonso Cerdà a mediados del siglo XIX se planifica para ampliar el perímetro de la ciudad antigua, ganar terreno más allá de la muralla medieval. La muralla se había convertido en un muro al final de las Ramblas que le impedía a la ciudad crecer.

La ciudad moderna nace, pues, para comunicar mejor el centro antiguo con la periferia extra-muros, conectar el centro con la periferia del arrabal.

b) la ciudad moderna impulsa también una redefinición del concepto de *barrio*: entiendo que la ciudad moderna define el barrio como una representación del espacio público, el espacio público de socialización de la nueva burguesía y de las nuevas clases obreras, el espacio público de los servicios públicos: el café, la plaza, el paseo, los jardines, el teatro, la sala de baile, la escuela, la iglesia, el transporte público, el alumbrado público, la policía reguladora de las conductas públicas...

Y nacen unos nuevos protocolos para la comunicación pública: la comunicación interpersonal entre seres desconocidos, pero que ya no viven vidas del todo ajenas, pues, aunque desconocidos, comparten un mismo espacio público. Y ese "compartir un mismo espacio público" los convierte en seres próximos y conocidos.

La burguesía, especialmente, descubre en la ciudad moderna las ventajas de un nuevo espacio público pensado para ella. Además de visitarse las familias de la burguesía las unas a las otras, un día a la semana, en sus casas grandes y confortables, en el espacio privado del hogar, siguiendo un rito de socialización... la ciudad moderna construye para la burguesía un espacio público, con una serie de servicios, que permite crear la ilusión de que el confort del espacio privado puede estar presente también en el espacio público.

Precisamente ahí está el origen de la ciudad comunicada: en el hecho de compartir un espacio público que fomenta la noción de *comunidad*, la noción de sentirnos parte de un grupo mucho más numeroso que el grupo familiar de referencia.

La ciudad moderna permite establecer una comunicación pública o semi-pública, que supera los límites de la comunicación interpersonal del espacio privado, laboral o familiar.

La burguesía celebraba fiestas en sus casas, fiestas privadas en el marco de una comunicación privada o semi-privada. Pero la ciudad moderna permite a la burguesía conectar también con el espacio público: el paseo arriba y abajo, por el Paseo de Gracia en Barcelona, o por el eje Prado-Recoletos-Castellana en Madrid... como un escenario más de la comunicación pública o semi-pública.

Y también el espacio público que pronto crea la burocracia administrativa que surge para gestionar los problemas de la ciudad moderna: la inauguración de un acto cultural, de una nueva calle, de una nueva centralita telefónica; la parada militar, la misa pública, la procesión...

La calle, la plaza... se convierten en el centro de la ciudad comunicada.

c) y en tercer lugar, para no ser exhaustivo, las ciudades modernas se planifican también en torno a unos centros fabriles, donde la fábrica, el taller, se erige en el centro vital de la nueva clase obrera que nace con la revolución industrial en las dos últimas décadas del siglo XIX. Alrededor de esos centros fabriles vive, trabaja y muere la clase obrera. Centros fabriles que están bien comunicados con las terminales de carga del ferrocarril y del transporte marítimo, y cerca también de las fuentes energéticas que los alimentan: el agua y la luz eléctrica. Y el agua de los ríos también como desagüe natural de todos los residuos materiales o químicos de las nuevas industrias metalúrgicas, químicas o textiles.

Alrededor de esos centros fabriles se construyen nuevos espacios públicos de socialización para esta nueva clase obrera, población desclasada, procedente del campo, de la aldea, que encuentra en la ciudad moderna un nuevo espacio público para la socialización y la comunicación pública, que importará también algunas de las fiestas populares del mundo que dejó atrás en el pueblo, y de los rituales sociales-religiosos que justifican la mayoría de estas fiestas.

En las ciudades modernas la celebración religiosa continuará presidiendo algunos de los espacios públicos de socialización más importantes: la misa dominical, el bautizo, la primera comunión, el compromiso matrimonial, la boda, los aniversarios de boda, los funerales, los aniversarios del fallecimiento...

La ciudad moderna, sin embargo, en las primeras décadas del siglo XX, incorporará al concepto de la fiesta dominical, una dimensión más lúdica al descanso semanal, especialmente alrededor de tres festejos totalmente profanos: el espectáculo de la competición deportiva, la fiesta de los toros y el espectáculo de la música en las salas de baile.

A través de estas celebraciones profanas, y junto a conceptos como...

-socialización,

-espacio público,

-comunidad,

-servicio público...

...la ciudad moderna incorporará también poco a poco una nueva noción: la noción de *espectáculo público...*

La ciudad comunicada, alrededor del espacio público, que da carácter de comunidad a sus habitantes, pasa a ser poco a poco una tribuna de espectáculos públicos para la diversión y el entretenimiento, como una vía profana para la socialización.

Y la plaza, la calle, ya no son los únicos centros de la comunicación pública... También lo son el estadio de fútbol o la plaza de toros.

2. La radio y la ciudad

En ese contexto de una ciudad moderna que es *ciudad comunicada*, alrededor de conceptos como *servicio público* y *espectáculo público*, que son conceptos que experimentarán una continua redefinición durante las dos últimas décadas del siglo XIX y las dos primeras del siglo XX; en ese contexto de ciudad moderna que da prioridad a la construcción del espacio público; en ese contexto es donde nace en los años 20 del siglo XX un nuevo medio de comunicación que sabrá representar mejor que ningún otro el concepto de *ciudad comunicada*. Me refiero a **la radio**.

La radio construirá un nuevo espacio público para definir de otra manera el concepto de *comunidad*, para reforzar la noción de *ciudad comunicada*.

Y la radio se convertirá en el altavoz principal de conceptos como *servicio público* y *espectáculo público*, contribuyendo también a definir poco a poco, especialmente a partir de la guerra civil española, un *espacio público* interclasista: independientemente de si el ciudadano que compartía ese espacio público pertenecía a la burguesía o a la clase obrera.

La radio nace en los años 20 como una expresión de la evolución tecnológica que supone el tránsito de la electricidad a la radiotelegrafía.

El altavoz de la radio es una metáfora perfecta de la idea de ciudad comunicada en una ciudad moderna *electrificada*, pues la luz eléctrica es uno de los primeros signos externos que construyen la idea de ciudad moderna. Y en ese contexto, el sonido de la radio redefine la dimensión sonora del espacio público y también el concepto de *comunidad*.

Entiendo que la radio es el primer invento que fundamenta la noción de ciudad comunicada sobre bases sólidas:

- el diario de avisos y noticias era más un medio de información que de comunicación;
- la publicidad exterior de anuncios pintados en las paredes de las fachadas de la gran ciudad representaba también, al principio, una dimensión más informativa que persuasiva;
- el cine mudo era todavía un espectáculo mágico, un espectáculo de sombras proyectadas sobre una sábana blanca, como algo procedente del más allá, algo fantástico.

Pero la radio constituía una representación realista y natural del espacio público. La palabra radiofónica, aunque aparentemente invisible, surgiendo del interior de una caja, nos informaba de una realidad próxima, pero también comunicaba afectos y emociones: el sonido de la música del concierto invisible, las voces de los actores construyendo

historias y mil personajes, nos transportaban a un mundo nuevo, del que participaban todos por igual, todos los que formaban parte de esa ciudad moderna comunicada.

3. El concepto de mediación

El concepto de *mediación* es cierto que no lo crean los medios de comunicación. Es un concepto que se define paralelamente al desarrollo de la propia sociedad mercantil, que introduce toda una secuencia de intermediarios: entre la fabricación del producto, su manufacturación, su transporte y distribución a los puntos de venta, y su puesta en manos del consumidor.

Pero la radio amplifica el concepto de *mediación*:

La radio construye un nuevo espacio público, de naturaleza simbólica, a través del cual se manifiesta una nueva forma de socialización. La radio es la *mediadora* de esta nueva socialización, que refunda la ciudad moderna en las décadas de los años 30-40 del siglo XX. Y que en España se concreta en toda la refundación del espacio público que reelabora la administración franquista después de la guerra civil. Cuando hablamos de la radio como instrumento de la propaganda franquista, estamos hablando también de la radio como mediadora de esta nueva socialización que se produce tras tres años de guerra civil.

Porque somos oyentes de radio pertenecemos a una comunidad conectada entre sí de forma instantánea a un espacio público mucho mayor que el espacio público real de la ciudad moderna. La radio construye un espacio público nuevo y también define el concepto de ciudad comunicada de otra forma:

La ciudad comunicada es aquella integrada por una agrupación de individuos conectados a un altavoz, participando vicariamente de los acontecimientos de la vida real y de los conflictos vividos por los personajes de la vida real relatados por los periodistas y de los conflictos vividos por los personajes de la ficción imaginados por guionistas, en una ceremonia colectiva de la mediación que nos define como ciudadanos de la ciudad comunicada.

4. La ciudad comunicada del futuro

La ciudad comunicada del futuro me la imagino en función de cómo me imagino yo la radio del futuro.

Cuando he dicho que “la ciudad comunicada es aquella integrada por una agrupación de individuos conectados a un altavoz...”, sustituyan “altavoz” por “pantalla” y tenemos la definición de lo que hoy es, principalmente, nuestra ciudad comunicada.

En ese “hoy”, la radio sigue siendo un vestigio del pasado que el ciudadano conserva en su cuarto de baño, en el automóvil, en la mesita de noche, en el interior de su ordenador... simplemente porque lo necesita.

El ciudadano sigue necesitando estar conectado a ese espacio público simbólico que ha sabido construir la radio, porque necesita participar de alguna forma en su comunidad de referencia, necesita sentirse ciudadano de la “ciudad comunicada”.

¿Y por qué satisface estas necesidades todavía a través del altavoz o de los auriculares de la radio, y no de la pantalla del móvil, el ordenador o el televisor?

En la respuesta a esta pregunta está la idea que yo tengo de la ciudad comunicada del futuro, que es también la idea sobre la radio del futuro.

Entiendo que mientras el ciudadano de la ciudad comunicada continúe necesitando de ese vestigio del pasado para sentirse conectado a la comunidad de referencia, la radio no desaparecerá. Y mientras la satisfacción de esa necesidad no la encuentre del todo resuelta en las imágenes visibles en una pantalla, el sonido de la radio, aunque vestigio del pasado, continuará presente en nuestras vidas.

Y nuevamente la pregunta: ¿por qué las imágenes visibles en una pantalla no satisfacen del todo la necesidad que tenemos de pertenecer a la comunidad virtual que crean los medios, en la socialización con nuestro entorno?

Por algo consubstancial con la propia imagen: la imagen visible en una pantalla no permite imaginar. Y sin imaginación, sin el mecanismo de producción de imágenes mentales, el repertorio de gratificaciones que los individuos de la ciudad comunicada buscan satisfacer en su conexión con el espacio público es un repertorio incompleto, una experiencia sensorial incompleta. Nos sentimos incompletos si no podemos imaginar.

La ciudad comunicada del futuro seguirá conservando ese vestigio del pasado que es la radio. Seguramente, con otra morfología, distinta a la caja pequeña cuyo sonido todavía preside el cuarto de baño, la mesita de noche o el espacio privado del automóvil de muchos ciudadanos. Pero la fuente sonora de la radio, y sólo sonora, seguirá estando ahí, cerca, por la necesitaremos para imaginar.