

Ciudades reales en tiempos digitales: cambios en las prácticas socio-espaciales

*Alma Angélica Rodríguez Moreno*¹⁹
*Gerardo Vázquez Rodríguez*²⁰

Recibido: 07/10/2013

Aceptado: 11/02/2014

Resumen:

Es evidente que nos encontramos en una era donde la tecnología y la digitalización rigen nuestra actividad humana en muchos aspectos de la vida cotidiana como no lo hacían antes. Esto hace importante cuestionarse los cambios que se producen en el espacio, pues éstos se llevan a cabo tan rápidamente como lo hace casi todo en la era de la información. ¿Es que la ciudad acaso está destinada a convertirse únicamente en un conglomerado de edificios sin relación alguna? ¿Si el espacio público pierde su sentido como lo conocemos hoy, debido a la virtualización en las relaciones sociales, debe éste ser sustituido?. En el presente artículo se realiza un análisis en torno a esta relación socio-espacial pues los fenómenos a los que ha sido enfrentada la ciudad a partir de la modernidad, nos conducen a entender la ciudad del siglo XXI como una ciudad multifacética, fragmentada y en conflicto, pues conserva una configuración que constantemente trata de amoldarse a los nuevos procesos.

Palabras clave: ciudad digital, prácticas socio-espaciales, era de la información.

Abstract:

It is evident that we are living in an era where technology and digitalization run the human activity in many aspects of our daily bases like never before. This makes us ask ourselves about the produced changes in space, since these changes happen in a faster way like almost everything in the information age. Are the cities destined to become just a conglomerate set of buildings without any link between? If the public space loses its sense like we know it today, because of the virtualization in social relations, should it have to be replaced? In this article we make an analysis for these socio-spatial practices, since the phenomenon that the city has faced from modernization leads us to understand the city of the XXI century as a multifaceted, fragmented and in a constant conflict, because of its pattern of constant adaptation to new processes.

Key words: digital city, socio-spatial practices, information age.

¹⁹ Alumna del Doctorado en Arquitectura y Asuntos Urbanos, Facultad de Arquitectura, Universidad Autónoma de Nuevo León. alma.rodriguez@gmail.com

²⁰ Profesor investigador Titular de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León; y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (CONACYT). gerardo7vazquez@gmail.com

1. Antecedentes



Los estudios de la evolución urbana, nos llevan a conocer que los primeros asentamientos pre-urbanos se llevan a cabo al terminar la IV era glaciaria, es decir hacia el 8,000 a.C. (Munizaga, 1999), su surgimiento se debió a múltiples factores, el más importante es el descubrimiento de la agricultura, lo que permitió al hombre asentarse y vincularse por primera vez con un lugar. Esta vinculación hombre-lugar dio paso entre otras cosas, al nacimiento del alfabeto, del arte, de la tradición escrita y de nuevas tecnologías como la metalurgia, la alfarería y la creación de estructuras sociales de organización, y más adelante a tecnologías especializadas de construcción, defensa y transporte.

Esta evolución constante en conocimientos y en técnicas siempre ha sido motivo de cambio tanto en las prácticas sociales, como en la morfología de las ciudades, mancuerna persistente. Sin embargo, lo que diferencia dichos cambios en aquella época y en ésta, es la velocidad con que éstos ocurren. Si bien en siglos pasados los descubrimientos se daban con años de distancia entre unos y otros, lo cual permitía la adaptación y asimilación de los mismos en la vida de las personas, en la actualidad, tanto el conocimiento como la técnica, nos han rebasado; el teléfono tardó sesenta y siete años en llegar al 75% de los hogares norteamericanos, la televisión sólo siete (Gitlin, 2005).

Aunque el internet ahora ya se puede considerar una tecnología antigua, pues se utilizó por primera vez en 1969, éste no comenzó a difundirse hasta veinte años después; y de 1995 a 2008 tuvo un crecimiento exponencial de usuarios, pues pasó de 40 millones a casi 1,400 millones. Esto, sumado a la explosión de las comunicaciones inalámbricas y al aumento constante de la capacidad de conectividad y anchos de banda, han convertido a los teléfonos móviles en la tecnología de más rápida difusión en la historia de las comunicaciones (Castells, 2012). En poco tiempo, la población mundial tuvo en sus manos la posibilidad de una comunicación que trascendió las barreras de espacio y tiempo, y que además lo acercó a grandes cantidades de información provenientes de la internet, redes sociales, correo electrónico, mensajería instantánea, noticias de todo el mundo y mercadotecnia dirigida al consumo de toda clase de productos.

Este fenómeno ha llevado a crear nuevos nichos en la investigación, no sólo desde la perspectiva misma de la comunicación y la tecnología, sino también en los impactos que éstos pudieran tener en lo social y en lo urbano. Uno de los principales teóricos en este tema, Paul Virilio (2003), desarrolla una teoría en torno al concepto de la "inmediatez" y de la velocidad, a la que él llama "dromología", es decir, el estudio de la velocidad y de sus impactos culturales. Él mismo, haciendo referencia a algunos inventos hechos por el hombre, dice que siempre que hay una adquisición, hay también una pérdida, por ejemplo: al inventar el ferrocarril se inventó simultáneamente aunque inconscientemente, el descarrilamiento; al inventar la central nuclear se inventaron también los accidentes nucleares y así respectivamente. Lo anterior, nos lleva a una necesaria reflexión sobre los impactos que todo avance tecnológico puede tener en la vida del ser humano.

2. Características de la era digital

La introducción del internet, computadoras portátiles, smartphones, tablets y demás dispositivos característicos de la era digital, han colocado en el análisis teórico ciertos conceptos que llevados a la vida cotidiana, significan cambios en las prácticas individuales, en la forma de relacionarse con los demás y por ende cambios culturales. Algunos de estos conceptos son la velocidad, la inmediatez, la simultaneidad, la pantalla y la sobresaturación.

La velocidad es una de las principales características de la era digital, aunque el debate en torno a ella no inicia con la era digital, sino desde la revolución industrial con la aparición del ferrocarril y sobre todo del automóvil, pues es a partir de la cultura del automóvil que se da inicio al culto a la velocidad, es decir, a buscarla y a reconocerla como un valor.

El automóvil, permitió al hombre romper sus límites naturales de desplazamiento, y además modificó sus propios conceptos de espacio y tiempo, reduciendo tiempos de traslado y haciendo parecer más cortas las distancias. Esta introducción y aumento de la velocidad en la tecnología naciente, y sobre todo en los productos de consumo derivados de ella, han sido determinantes en la vida cotidiana de millones de personas.

Gitlin (2005) dice que "La velocidad no es un fenómeno tangencial en el mundo moderno, sino esencial". Y se pregunta si la velocidad es un medio o un fin, respondiéndose el mismo diciendo que si es un medio, está suficientemente generalizado y automatizado para convertirse en un fin. Hoy en día, tal como lo anticipó el autor, la velocidad más que un atributo y un medio, se ha convertido en un fin, pues lo importante ya no es para que sirve, lo que interesa es ella por sí misma, y su potencial de romper cada vez sus propios límites en todo y en todos: navegar más rápido por la web, llegar más rápido a cualquier lugar, obtener satisfactores más rápido, comunicarnos con otros sin tener que esperar y enterarnos de los acontecimientos al instante.

¿Y todo esto con qué finalidad? No se sabe y en la mayoría de las ocasiones tampoco se cuestiona, es algo que se acepta y se da por hecho sin mayor reflexión. Esto lo plasmaba ya hace años en una de sus obras el escritor George Eliot: "Los filósofos te dirán quizá que el gran cometido de la máquina de vapor consiste en liberar tiempo de ocio para la humanidad. No les creas, sólo produce un vacío en el que se precipitan los pensamientos ansiosos". Curiosamente, si bien es cierto que la velocidad con que podemos realizar algunas actividades de cierto modo nos "ahorran" tiempo, ése mismo tiempo ganado es reinvertido en actividades lúdicas que los mismos aparatos que nos ahorraron tiempo proporcionan. Se trata de un proceso que si bien, genera una idea de absoluta libertad, se convierte inconscientemente en una dependencia al objeto que te la otorga.

En relación con lo anterior, dos características más de la era digital son la inmediatez y la simultaneidad, pues es la velocidad la que permite que estos dos fenómenos se lleven a cabo en la comunicación. La primera de ellas, se refiere a la capacidad de conocer hechos, recibir información o establecer una conexión prácticamente al mismo tiempo en que los hechos están ocurriendo, sin importar la localización dónde éstos se desarrollen. La simultaneidad, se da cuando nos es posible estar en dos sitios al mismo tiempo, en uno de ellos obviamente a través de dispositivos de comunicación como teléfonos o videocámaras, como es el caso de las transmisiones en vivo a través de redes sociales, videollamadas, mensajería instantánea, etc. Estos fenómenos no sólo han modificado los conceptos de tiempo y espacio sino que han logrado prácticamente desaparecer sus barreras. Esto está generando cambios drásticos en el modo en que el ser humano se relaciona con el mundo, incluso llegando a cambiar la visión misma que hace algunos años se tenía del mismo. Esto afecta procesos de toda clase: políticos, científicos, urbanos, sociales, antropológicos e incluso la relación de cada uno consigo mismo, lo cual analizaremos en el siguiente apartado.

Otro concepto que ha tenido auge a partir de la digitalización de la vida cotidiana, es el de la pantalla, pues una característica más de la era digital es la permanente exposición de las personas a pantallas de todo tipo: pantallas de teléfonos celulares, de computadoras, de tablets, de televisores, de cine, de displays en lugares públicos e incluso en el transporte público. "La pantalla se ha convertido en un intermediario casi inevitable en nuestras relaciones con el mundo y con los demás. Vivir es, de manera creciente, estar pegado a la pantalla y conectado a la red" (Lipovetsky, 2009).

Cada vez es más común observar en los lugares públicos, restaurantes, cafés, centros comerciales e incluso en la calle, masas de gente reunidas en un mismo espacio físico, interactuando no entre ellas sino con una pantalla.

Esta seducción que parecen ejercer las pantallas hacia el ojo y la mente humana, tiene su origen en que permite al usuario entrar a mundos lejanos y desconocidos, además de ser una fuente constante e inagotable de estímulos para los sentidos: las imágenes, los sonidos, los videos, la misma interacción con otra persona a través de ella. Si bien la velocidad es algo que la cultura actual ofrece como un valor, la pantalla permite experimentarla aunque sea a través de la percepción: "No sólo nos gusta la sensación de velocidad cuando corremos, sino también cuando la percibimos a través de las

imágenes [...] Cómodamente sentados, sentimos la velocidad a través de las imágenes de forma más barata y menos arriesgada [...] Hasta los más perezosos y sedentarios, o los que carecen de fuerza o agilidad, consiguen vivir la rapidez" (Gitlin, 2005).

En esta seducción por las pantallas, también nos encontramos con que son grandes propagadoras de información de todo tipo, al día una persona promedio recibe lo equivalente a ciento setenta y cuatro periódicos (Vázquez, 2010), sin embargo, contrariamente a lo que se podría pensar de que a mayor información recibida mayor capacidad en el uso de la razón y mayor coherencia en la construcción de un sentido de la realidad, lo que se puede alcanzar a visualizar, es una asfixia del sentido que puede caer en lo irracional. "Ninguna información existe sin desinformación, y ahora un nuevo tipo de desinformación está poniéndose a la cabeza y es totalmente distinta a la censura voluntaria. Tiene que ver con cierto tipo de obstrucción de los sentidos, una pérdida de control sobre la razón" (Virilio, 1995). Esta sociedad ejercería su libertad en torno a una serie de condiciones artificialmente proyectadas para generar ciertos comportamientos y hábitos, creados en mucha medida por el torrente mediático y la información. Como lo menciona Castells (2012) "El poder se ejerce mediante coacción o mediante la construcción de significado", y en la era de la información, éste se ejerce principalmente mediante la construcción de significados, la modificación de valores y cambios en los conceptos de bienestar y calidad de vida de las personas. Él mismo afirma que "puesto que el significado determina en gran medida la acción, la comunicación del significado se convierte en la fuente de poder social por su capacidad de enmarcar la mente humana." Este enmarcado de mentes a través de la construcción de significados, la cual es hasta cierto punto más fácil hoy que hace veinte años debido a la gran diversificación de medios para hacer llegar ideas y modelos de vida a las personas, impacta directamente en el estilo de vida de la gente.

Las telenovelas en Latinoamérica, por ejemplo, a lo largo de décadas han sido muy influyentes en estereotipos que luego el público intenta reproducir (Orozco, 2006), hoy se encuentra reforzada esta tendencia, pues se han dirigido estratégicamente a crear patrones de consumo, derivados de dichos estereotipos. Estos productos de consumo, desde la forma de vestir, zapatos, accesorios, maquillaje, peinado, bolsos, teléfonos celulares y demás dispositivos tecnológicos, automóviles, hasta lugares que frecuentar como cafés, restaurantes, centros comerciales, gimnasios e inclusive lugares para vacacionar, son para mucha de la población expuesta a este tipo de programación, cuestiones ya de primera necesidad, es decir, prioritarias para vivir con "calidad de vida".

Esta sociedad contemporánea de la información se definiría en torno a ciertos valores que se vislumbran o se autodefinen en mayor o menor medida alrededor del consumo, de la constante búsqueda de confort basada en la inmediatez y en el mínimo esfuerzo y la búsqueda de satisfactores a los sentidos; prevaleciendo una construcción de la realidad donde predominaría lo artificial, lo irreal y lo efímero.

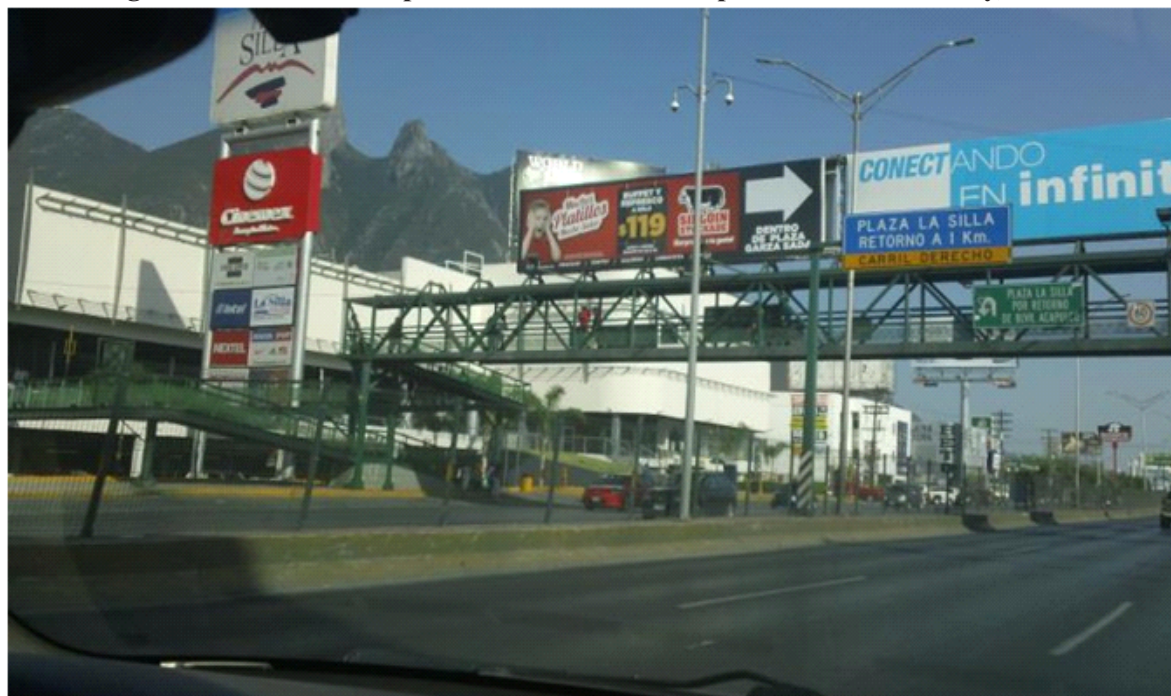
3. Cambios en las prácticas socio-espaciales

"El aspecto negativo de estas autopistas de la información es precisamente esa pérdida de la orientación en lo que se refiere en la alteridad (el otro); es la perturbación en la relación con el otro y con el mundo" (Virilio 1995). En este mismo sentido, es posible hablar sobre la ciudad, escenario de las relaciones sociales y contenedora de flujos, la cual es producto y a la vez causa de los mismos.

El espacio urbano, definido por Delgado (2007) como "...el espacio que genera y donde se genera la vida urbana como experiencia masiva de la dislocación y del extrañamiento", también sería el reflejo más vivo de como acontecen los procesos sociales y como se van transformando, si bien la ciudad se caracteriza en su configuración esencial por una red de espacios públicos que la organiza y la integran simultáneamente, es claro como ha mutado tanto desde su concepto y hasta en el uso que se le concede y aún más se habría modificado la urbe actual debido a la relación de los procesos de socialización generados a partir la influencias tecnológicas y mediáticas.

El mejor ejemplo de esta influencia, es la comercialización de la velocidad como un satisfactor de primera necesidad y de última generación, la cual observamos en toda una gama de productos de consumo: desde el auto que te permite llegar a donde sea velozmente y además con un nivel de confort que promete superar cualquier expectativa, las computadoras con procesadores cada vez más rápidos, el internet que de igual manera se comercia con precios más altos a mayor velocidad brindada, los teléfonos celulares que hacen más fácil todo tipo de operaciones con un solo click, la "comida rápida" que evita que tengas que esperar para consumirla, e inclusive una serie de productos que prometen engañosamente bajar de peso, rejuvenecer o devolver la salud prácticamente al instante (figura 1).

Figura 1. Saturación de publicidad en área metropolitana de Monterrey, N.L.



Fuente: Alma A. Rodríguez Moreno

Debido a ese bombardeo de ideas, algunos paradigmas se crean, inclusive afectando directamente la vida urbana. Un ejemplo de ello es el hecho de considerar como factor de éxito la posesión de un automóvil, lo cual muestra el alto índice de motorización (número de vehículos/ 1,000 hab.) de las ciudades mexicanas, como por ejemplo Monterrey 345, Guadalajara 299, Tijuana 282 (CTS, 2010), Ciudad Juárez 262 (Fuentes, 2011) y que además lleva un crecimiento acelerado en comparación con países con un mayor ingreso per cápita como Alemania, Japón y Francia; y a su vez, a considerar como fracaso el moverse ya sea caminando, mediante el uso del transporte público o mediante transportes alternativos como la bicicleta, lo cual genera no sólo el predominio del uso automotriz aun cuando sean vehículos de segunda mano, sino también una segregación cultural entre los que se desplazan en auto y los que van a pie (figura 2). Pues en esta mentalidad de superioridad fabricada por los estereotipos mediáticos, la ciudad pertenece a quien se desplaza en un vehículo motorizado, y los demás deben mantenerse en un espacio donde no alteren o perjudiquen el libre tránsito de éstos.

Esto se ve reflejado en la misma configuración de las ciudades, las cuales se han desarrollado de una manera dispersa, generando que la población deba trasladarse grandes distancias, lo que a su vez ocasiona un mayor flujo de vehículos, para los cuales se construye mayor infraestructura vehicular (figura 2), autopistas de alta velocidad, puentes, pasos a desnivel y periféricos por un lado, y por el otro, el metro y sus conexiones subterráneas que mueven al habitante a través de un túnel donde parece desaparecer el espacio y el tiempo.

Figura 2. Puente peatonal en área metropolitana de Monterrey, N.L

Fuente: Alma A. Rodríguez Moreno

Como lo llama Virilio (1991) es un tiempo tecnológico que "no tiene relación con alguna memoria colectiva[...] ayuda a construir un presente permanente, una intensidad sin fronteras, sin tiempo, que está destruyendo el ritmo de una sociedad crecientemente degradada". Incluso el peatón se ve afectado por esta velocidad de la ciudad, pues se observan en las calles gente que camina aprisa sin saber por qué lo hace, en los pasillos y rampas del transporte colectivo es casi imposible detenerse sin ser arrastrado por la masa de personas; y este fenómeno se ha comprobado que tiene efectos importantes en ciudades de gran tamaño, incluso existiendo una relación entre el tamaño de la ciudad y la velocidad del movimiento físico de los peatones por los centros urbanos (Gitlin, 2005). Disfrutar los traslados, experimentar la ciudad y habitar el espacio urbano se van dejando en un segundo término, convirtiendo así a la ciudad solamente en un lugar de conexiones, de vías, de paso.

Es interesante notar que desde la aparición del internet en la vida cotidiana de mucha gente, y de inventos como computadoras portátiles, tabletas y "smartphones" que facilitan la comunicación y el acceso a todo tipo de información en tiempo real, se ha desarrollado una nueva cultura digital que ahora trasciende y transforma incluso algunos comportamientos milenarios del hombre, uno de ellos es la necesidad de privacidad, de un espacio para la reflexión y la auto introspección. Mantenerse al margen del flujo de información, ya sea televisión, espectaculares, radio, teléfonos o internet, se vuelve difícil en la era de la información, y no sólo por que los tengamos al alcance en todo lugar y momento, sino porque parecen estar generando una incapacidad en el ser humano de "desconectarse", es decir, de salirse por un lapso de tiempo del torrente mediático.

Esto es importante, pues en la cotidianidad ya aparecen algunos síntomas de cambios, la mayoría de ellos expresados con un discurso irónico y satirizante en las mismas redes sociales. Virilio (1995) lo expresa como "una duplicación de realidad sensible en realidad y virtualidad [...] Una pérdida total de los comportamientos del individuo. Existir es existir - in situ -, aquí y ahora, - hic et nunc -. Esto es precisamente lo que se está viendo amenazado por el ciberespacio y lo instantáneo, la información globalizada fluye, lo que hay delante es una distorsión de la realidad; es un shock, una conmoción mental". Por ejemplo, el hecho de traer en el bolsillo el correo electrónico, la red social y el chat en tiempo real, está generando ciertas barreras en la comunicación cara a cara, pues se tiene enfrente a la persona de carne y hueso con la que se puede inclusive estar realizando alguna actividad recreativa o

social, y al mismo tiempo está presente la posibilidad de estar en esa otra realidad virtual, a la cual se accede con el dispositivo tecnológico y que ofrece más allá de una conversación, la posibilidad de intercambio mediático como video, imágenes o conversaciones grupales. Es ahí donde se realiza ese habitar intermitente en dos realidades simultáneas, lo cual cambia por completo las dinámicas socio-espaciales tradicionales.

Con lo anterior nos referimos al hecho de que muchas de las actividades sociales que tradicionalmente se realizaban en lugares públicos o que implicaban salir a la calle, el día de hoy se pueden realizar sin necesidad de ello. Actividades como ir a la biblioteca, rentar una película en el videoclub, salir a comprar algo de comer, reunirse con el grupo escolar a realizar un trabajo, reunirse con algún amigo en un café para conversar, etc. hoy en día pueden ser realizadas de otro modo distinto al tradicional debido a los medios tecnológicos con que se cuenta. Claro está que no todas las actividades pueden ser sustituidas, y otras, aunque puedan ser reemplazadas, no necesariamente lo son, sin embargo, la sola posibilidad de tener otra alternativa, genera que cierto porcentaje de actividades se trasladen al ciber-espacio y se dejen de llevar a cabo en el espacio urbano.

La permanencia de la persona en el flujo mediático a través de medios virtuales, origina gran familiaridad en la convivencia con objetos y con máquinas. Los niños desde temprana edad aprenden cómo manejar un teléfono o una computadora, lo cual no deja de ser sorprendente, pero a la vez podría ser motivo para reflexionar acerca de las nuevas habilidades técnicas que están adquiriendo y su relación con las habilidades sociales innatas en el ser humano que también debe aprender a desarrollar, ya que al aumentar la convivencia con objetos, se corre el riesgo de disminuirla con personas, lo cual ya se ve reflejado actualmente en niños que dedican diariamente varias horas a los videojuegos enfrente de un televisor o de un monitor; y jóvenes que hacen lo mismo en las redes sociales. Esta incapacidad de desconectarse del mundo virtual, y del torrente de información, podría ser capaz de producir una enajenación a tal grado que dificulte volver a la realidad tangible y cotidiana, en donde se debe interactuar con personas reales, por lo cual resulta importante una búsqueda constante por mantener un sano equilibrio entre ambas.

Figura 3. Infraestructura vehicular en área metropolitana de Monterrey, N.L.



Fuente: Alma A. Rodríguez Moreno

Por otra parte, este torrente de información, también tiene un efecto fundamental en el posicionamiento de productos de consumo, y como ya se mencionó, de la creación de estereotipos, pues "la característica más prominente de la sociedad consumista es su capacidad de transformar a los consumidores en productos consumibles" (Bauman, 2007), por lo que estos estereotipos generan nuevas necesidades en el mercado y se renuevan como lo afirma Gitlin (2005): "lo más curioso de los placeres del consumismo es que duran poco. La esencia del consumismo es una sucesión de promesas rotas pero constantemente renovadas". Esta cultura de consumo, que si bien ya existía, se ha reforzado ampliamente con la posibilidad de llegar a más personas en menor tiempo y por distintos medios. Bauman (2007), plantea que "la tarea de los consumidores es alzarse de esa chatura gris de invisibilidad e insustancialidad, asomar la cabeza y hacerse reconocibles entre esa masa indiscriminada de objetos no diferenciables". No es entonces casualidad el auge del centro comercial, lugar característico de la ciudad del siglo XXI, en donde ésta cultura se pone de manifiesto en todo su esplendor.

En lo urbano, la concentración de la actividad económica y social en estos centros comerciales ha tenido algunas repercusiones importantes en la configuración de la ciudad, de acuerdo con Sorkin (2004), "Pasar el rato en el centro comercial ha sustituido el paseo por las calles, para los jóvenes son auténticos centros sociales, así como también lo son para los adultos mayores". Este alejamiento de las personas de las calles y del espacio público, tiene repercusiones para la creación de ciudad. Al no tener un contacto directo con el espacio urbano, el habitante carece de una vinculación real con los lugares, traduciéndose esto en una apropiación inexistente. Como en el inicio de los primeros asentamientos humanos en donde el hombre nómada no se vinculaba con un sitio pues solo iba de paso, así el hombre moderno está volviendo a ese ciclo de nomadismo urbano, en donde sólo recorre la ciudad por que debe hacerlo, pero sin un sentido lúdico de experiencia e identificación con su entorno.

A su vez, esa ciudad que buscaba ser eficiente y funcional de los ochentas y noventas respectivamente, se convierte en una ciudad volcada al placer y al principio del confort, aun sobre el de realidad. Sin embargo, "tras los escenarios espectaculares de la ciudad postmoderna de la simulación y de las ilusiones, están aquellos que excluidos de la representación y del sueño, deben vivir una ciudad real y dura, directa y áspera..." (Amendiola, 2000), pues así como para ciertos sectores es posible fundirse en el mundo virtual, dejarse seducir por el consumo y el placer que todos los medios actuales permiten, no podemos olvidar que independientemente de sus efectos espaciales, un efecto muy real aunque silencioso, es el abismo de desigualdad que se sigue expandiendo respecto a los más vulnerables económica y socialmente, pues la fragmentación urbana, a fin de cuentas es sólo el reflejo de la fragmentación de la sociedad.

4. Reflexiones finales

Si bien la máquina trajo grandes avances y revolucionó la industria, llegando en algunos puntos a sustituir al obrero, es decir, al hombre, podemos percatarnos que aunque transformó de una vez y para siempre el modo de producción, el hombre no puede ni debe ser sustituido en forma sustancial, ya que el hacerlo es volverse contra sí mismo. "Si la esencia del hombre se descifrara a partir de su constitución actual, eso sabotearía su posibilidad... incluiría ciertamente la evolución y los condicionantes, pero se los atribuiría a los sujetos haciendo abstracción de la deshumanización que ha hecho de ellos lo que son y que sigue siendo tolerada en nombre de una *qualitas humana*" (Adorno, 1984). De la misma manera, las relaciones sociales, comunitarias e interpersonales, aunque puedan estar transformándose con el avance tecnológico, nunca podrán ser sustituidas, pues el hacerlo sería volver la sociedad contra su mismo fundamento.

Por otra parte, la vinculación del hombre al espacio físico, es también algo que no debería de desaparecer del todo, al menos no de su naturaleza. Bourzac (2007) plantea que "el interés del hombre por el espacio tiene raíces existenciales: deriva de una necesidad de adquirir relaciones vitales en el ambiente que le rodea para aportar sentido y orden a un mundo de acontecimientos y acciones", lo cual nos hace comprender más a profundidad el sentido del surgimiento de la ciudad por una parte, y por otro, la importancia que tiene ésta en el sentido que el mismo ser humano le otorga al mundo.

Es la ciudad, un reflejo de las necesidades más profundas del hombre, más allá de los procesos económicos y funcionales, representa su misma interioridad materializada, y un ancla a la realidad que le otorga sentido a su cosmovisión tanto en el tiempo como en el espacio. "El orden y relación del espacio urbano adquiere significado más allá de lo meramente formal... la simbolización del espacio como vínculo entre la escena social cotidiana, del imaginario y su historia, el escenario construido, y la adopción de identidad, constituyen la base del relato que conforma el espacio público, como evidencia de una comunidad, en su carácter y esencia cultural" (Bourzac, 2007).

Por tanto, los cambios radicales que está generando la era de la información y la digitalización en la vida cotidiana, estarían impulsando al ser humano a un extremo todavía desconocido de su historia, no sería posible aún determinar del todo cuáles son los alcances reales, sin embargo, teniendo en cuenta este factor, existiría la posibilidad de mantener una claridad en cuanto a la importancia que tienen los espacios de sociabilidad en las ciudades, los cuales hipotéticamente darían estabilidad a la vida en comunidad y satisficaría las necesidades humanas de interacción y encuentro. Después de todo, bajo cualquier circunstancia o influencia, el hombre no es determinable, pues posee razón, libertad y voluntad, citando a Frankl (1984): "Un ser humano no es una cosa más entre otras cosas. El hombre se determina a sí mismo. Decide si se deja o no determinar".

Referencias Bibliográficas

- Adorno, T. (1984). *Dialéctica negativa*. Madrid: Akal.
- Amendiola, G. (2000). *La ciudad postmoderna*. Madrid: Celeste Ediciones.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourzac, M.T. (2007). *Espacio público e imaginario social*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2006). "Internet, libertad vigilada". *El País*. Recuperado de: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=26743>
- CTS (2011). *Estudio de emisiones y características vehiculares en ciudades mexicanas*. http://www.ine.gob.mx/descargas/calair/2010_rep_fuentes_vehiculares.pdf
- Delgado, M. (2007). *Sociedades movedizas: pasos para una antropología del espacio público*. Barcelona: Anagrama.
- Frankl, V. (1984). *Psicoterapia y humanismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Fuentes, C. (2011). "La forma urbana y la incidencia de atropellamientos en Ciudad Juárez (2005-2006)", en *Geografía del Riesgo Vial: Sinistros de Tránsito en Ciudad Juárez*. Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 2011.
- Gitlin, T. (2005). *Enfermos de Información: de cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.
- Lipovetsky, G. (2009). *La pantalla global*. Barcelona: Anagrama.
- Munizaga, G. (1999). *Las ciudades y su historia*. México: Alfaomega.

- Orozco, G. (2006). "La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?", *Comunicación y Sociedad*, N° 6, pp. 11-35.
- Sorkin, M. (2004). *Variaciones sobre un parque temático: La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*. México: Gustavo Gili.
- Vázquez, G (2010). "Cuanto de Diseño", en *Aedificare 2010*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Virilio, P. (1991). "La ciudad sobreexpuesta", en *The Lost dimensión*. New York: Ed.Semiotexte.
- Virilio, P. (1995). "Velocidad e información: alarma en el ciberespacio", *Le monde diplomatique*.
- Virilio, P. (1997). *El ciber mundo, política de lo peor*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Virilio, P. (2003). *Amanecer crepuscular*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.