



PRODUCCIÓN DE IMÁGENES COMO MEDIO Y RESULTADO DE LA GESTIÓN URBANA

SZAJNBERG, Daniela; LUNA, M. Noel

danielaszajnberg@yahoo.com; noel25476@hotmail.com

Universidad de Buenos Aires. Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Cátedra Gestión Urbana Contemporánea, (cátedra GUC Szajnberg) + Instituto de Urbanismo, Territorio y Ambiente e Instituto de la Espacialidad Humana

Resumen

Como señala Manuel Castells, el mundo globalizado y la “era de la información” determinan una sociedad altamente competitiva en materia de “flujos de información” y tecnología, en el que la “sociedad red” funciona con un nivel de inmediatez en que los sistemas expresivos gráficos (la imagen parte de ellos), cobran una relevancia inusitada en todos los campos, y especialmente en el de la gestión urbana.

La Gestión Urbana requiere del manejo de información en los procesos de toma de decisiones. A este fin responden las imágenes como medio síntesis y producto de complejos niveles de información. De este modo la producción gráfica en el campo de la gestión, opera tanto como medio habitual de su práctica, como también lo hace como vía de difusión para comunicar e interactuar con la comunidad (producto).

Comprender a la ciudad como un producto complejo, social y colectivo en donde el espacio urbano se produce, se consume y se apropia, requiere del manejo de enfoques disciplinares diversos que intervengan como mediadores. Tal es la acción de producción de imágenes como producto de representación. En la gestión corriente de la ciudad es común encontrar formatos gráficos y textuales, siendo una tendencia el reemplazo de estos últimos por expresiones gráficas que denoten un objetivo de comunicación específico, dependiendo el fin perseguido. El universo visual de la gestión urbana se nutre de imágenes para producir información, dar soporte informativo y analítico, comunicar cuestiones operativas básicas del medio urbano, y colaborar en los procesos de modernización de la gestión urbana cotidiana.

La tecnología también ha contribuido a las innovaciones en la gestión y a la implementación de un intercambio participativo en la administración de los territorios. Los aportes de Néstor García Canclini, a través de categorías como la de “hibridación cultural” o los aportes sobre “imaginarios urbanos”, también



nos dan un marco para el debate como medio y producto de la gestión urbana. Especialmente, en un contexto de consolidación de los dispositivos participativos de gestión urbana, en escenarios multiactorales, multidisciplinares, multiculturales, con diversos intereses y recursos de actuación. Destacándose al respecto, aportes sobre “planificación estratégica de las ciudades” como los de José Miguel Fernández Güell y sobre “marketing urbano” y la “marca ciudad” en el diseño, referido por Norberto Chaves.

Resulta entonces indispensable considerar a las imágenes y el lenguaje gráfico, como elementos de costura, viabilización, traducción y operatividad de las complejas dimensiones de tales escenarios de gestión urbana.

Palabras clave

Gestión urbana, Imágenes producto-proceso, Imágenes que traducen, Imágenes participativas, Imágenes operativas