

PRODUCCIÓN DE IMÁGENES COMO MEDIO Y RESULTADO DE LA GESTIÓN URBANA

SZAJNBERG, Daniela y 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

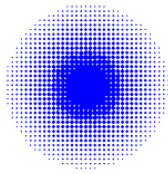
Moderación

La producción de imágenes como medio/producto/proceso de nuestras prácticas científicas y profesionales es una acción que subyace de forma cuasi condicional dada la complejidad de los fenómenos territoriales que despiertan inquietud como objeto de estudio. Estas son medios indispensables para visualizar de manera conciente aspectos de la realidad que de no estar sintetizados mediante la producción de una imagen, no alcanzarían a reunirse en una visualización única.

Tal como señala Manuel Castells, el mundo globalizado y la “era de la información” determinan una sociedad altamente competitiva en materia de “flujos de información”, en donde la tecnología viabiliza el acceso y la difusión. En respuesta a estos aspectos de disponibilidad se consolida la “sociedad red”, la cual funciona a través de nuestros dispositivos, con un nivel de inmediatez en que los sistemas expresivos gráficos (la imagen como 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



graficas 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.

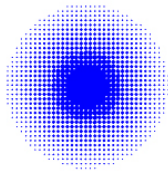
La tecnología también ha contribuido a las innovaciones en la gestión y a la implementación de un intercambio participativo en la administración de los territorios. Los aportes de Néstor García Canclini, a través de categorías como la de “hibridación cultural” o los aportes sobre “imaginarios urbanos”,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

En la mesa temática las ponencias presentadas han recurrido a un instrumento base para la observación, descripción e interpretación de su objeto de estudio. En todos los casos la observación cenital (google-earth) del territorio permite dar introducción certera al recorte territorial de análisis, dar cuenta de la composición del entorno y de la inserción del área que se desea indagar. A su vez esta observación cenital, la cual es habilitada mediante dispositivos tecnológicos de libre acceso, es imagen base para la producción de una nueva imagen con carga de interpretación intelectual. La figuración original se reproduce ahora en una imagen que se alinea con conceptos y nociones, con ideas que se quieren comunicar mediante el conocimiento.

Dada esta carga de interpretación que se requiere en el proceso de elaboración, la imagen ante los ojos de terceros se comienza a percibir de forma inicial a modo subliminal, para luego concientizarse realmente a través de la interpretación propia del observador, o bien con el apoyo de otros elementos explicativos de esa producción gráfica.

En las presentaciones que se dieron en las jornadas el debate transcurrió sobre la idea de transformación o transgresión de los dogmas instalados de la producción gráfica, tales como los referidos a las producciones cartográficas o a las basadas en la teledetección y fotolectura. Y por sobre todo se destacó el rol de la tecnología en toda esta cuestión, la cual permite imágenes dinámicas y no estáticas, que desafían los procesos ortodoxos de comunicación y



difusión. El umbral de lo conocido se aleja cada vez más para permitir innovaciones y reinterpretaciones de cómo se reproducen las imágenes.

Uno de los hallazgos del debate es el arribo a la consideración del mapa como imagen. Los mapas desde su origen respondieron a la necesidad primigenia de confeccionar, con una finalidad del tipo instrumental, rutas, recorridos, identificación de emplazamientos y localizaciones que facilitarían el desplazamiento. Montoya Arango sostiene que sin embargo, frente a ese carácter práctico emergió luego la idea del mapa como figuración de lo real, por lo que ya desde las primeras etapas de su desarrollo se puede hablar de dos categorías de clasificación: el mapa instrumento, de carácter informativo y práctico y, el mapa imagen, el cual alberga una abstracción, un esfuerzo intelectual de construcción de un instrumento con fines prácticos pero revestido también de un carácter intangible como imagen, lo que lo convierte en una representación que integra las interpretaciones cosmológicas, políticas o religiosas, centradas en el mundo de aquel que lo dibuja.

Palabras clave

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