

## **Desarrollo de un espacio urbano de comunicación dinámico e interactivo**

*La Avenida de Mayo, Buenos Aires, Argentina*

Arturo F. Montagu, Dora Castañé; Adrián Barcesat, Carlos Tessier, Claudio Deho, Juan Cieri (asesor)

*Centro CAO, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires, Argentina*

[amontagu@fadu.uba.ar](mailto:amontagu@fadu.uba.ar), [dcastane@elsitio.net](mailto:dcastane@elsitio.net), [adrianbarcesat@yahoo.com](mailto:adrianbarcesat@yahoo.com); [ctessier@fadu.uba.ar](mailto:ctessier@fadu.uba.ar),  
[cdeho@fadu.uba.ar](mailto:cdeho@fadu.uba.ar), [jpc@artbuild.be](mailto:jpc@artbuild.be)

**In the last years some central urban places of the city of Buenos Aires has been transformed into a dynamic space of human interaction due to all kind of massive demonstrations that could be from artistic parades to massive protest against the economic policy. The Mayo Square and the Mayo Avenue are the main places for this demonstrations. The paper is concern with various digital techniques that could improve the communication among the different groups.**

### **Antecedentes**

La Plaza y la Av. de Mayo han sido siempre los centros de “peregrinación política” para todos las manifestaciones políticas disidentes o a favor de las decisiones gubernamentales. También el mismo espacio urbano participa de espectáculos artísticos, desfiles, etc.

A partir de una visión en VRML de la Av. de Mayo incluyendo a la plaza homónima (Montagu, Cieri y et.al 02), se propone desarrollar un “espacio de comunicación interactiva” utilizando un conjunto de componentes accionados digitalmente.

La factibilidad técnica de este proyecto se debe a que el micro centro de la Ciudad de Buenos Aires está adecuadamente provisto de varios sistemas de fibra óptica.

### **Objetivos**

#### *Concepto de Espacio de Comunicación*

Las estructuras urbanas han sido siempre pensadas en base a sistemas rígidos por las exigencias que imponen los parámetros de su organización, sin embargo los procesos de comunicación que se producen en ellas varían constantemente.

Los planificadores urbanos no han tenido en cuenta la notable “migración digital” (Vilches 01) que se ha producido y se está produciendo constantemente en forma consciente y percibida en muchos casos en forma inconsciente.

“Partamos de la idea que centrar la construcción de comunicaciones en paradigmas racionales y universales de claridad no es suficiente y es, inclusive, engañoso” (Frascara 03). “Exploremos la noción que como arquitectos y diseñadores creamos “espacios de comunicación”, es decir, enmarcamos situaciones comunicacionales en las que la gente interactúa con información. Procesos de auto-organización afectan estas situaciones de interacción entre gente y mensajes. Debemos entonces abandonar nuestra fe ciega en lógicas universales para la organización de mensajes, y encontrar nuevas estrategias que, a pesar de variaciones traídas por actos de interpretación, garanticen un buen nivel de eficacia en los mensajes” (Frascara 03 op.cit).

Los espacios públicos no deben quedar también influenciados por la estrategia corporativa de los grandes medios, diarios, TV, revistas, y ahora los “portales”, para ampliar la oferta a los usuarios.

El espacio público debe ofrecer una selección de las opciones que ofrecen los portales educativos y de información general para poner al alcance del ciudadano las mejores posibilidades de educación.



Para ello existen diversos grados de interactividad cuyo gradiente varía desde un grado cero de interactividad (el usuario frente a la TV) hasta un grado máximo de interactividad cuando utilizamos todas las opciones de las tecnologías de la información (Vilches op.cit).

## **Metodología**

### *La Proxemia Digital*

La clásica teoría de la comunicación que definía el campo entre “emisor / canal / receptor” ha quedado parcialmente superada (en algunos estratos de nuestras sociedades) por las relaciones graduales que la tecnología digital fue imponiendo a nuestro sistema de interacción con la sociedad.

Comenzando por la computadora personal que nos remite a un entorno digitalizado tal como lo es la Red y la transmisión y recepción de datos punto a punto o multipunto, accediendo a diferentes bases de datos en tiempo real.

Cuando nos alejamos de la computadora personal entramos a otro escenario digitalizado tal como lo es la telefonía celular (con sus múltiples prestaciones), el acceso personal a la banca electrónica o simplemente escuchar nuestro digitalizado sistema de audio, sea fijo o portátil, o la TV interactiva, la red telefónica, la red “broadcast”, etc.

Lo cierto es que la mayoría de las investigaciones en las teorías sobre la comunicación se encuentran desfasadas para ofrecer respuestas conceptuales desde la aparición de los “nuevos medios”.

En la convergencia de computadoras y tecnologías de la información han aparecido otras disciplinas tales como el “diseño de comunicación” cuya implementación en la organización y transmisión de los mensajes se hace por medio de la denominada “arquitectura de la información”, por lo tanto en el “Espacio Urbano de Comunicación” se harán propuestas para definir conceptual y técnicamente un conjunto de alternativas posibles para dotar a la Av. de Mayo de un sistema digital de comunicación e interacción ciudadana.

La interactividad en general facilita un nuevo espacio institucional de transmisión de los contenidos audiovisuales. Esta nueva “proxemia digital” se construye a través de canales de difusión selectiva, televisiones y redes de Internet que presuponen nuevas reglas sociales de interacción en donde se optimiza las formas de participación y el uso de los recursos.

Acá surge uno de los aspectos más originales de esta propuesta que es relacionar “un espacio virtual” tal como lo es la visión VRML de la Plaza y Av. de Mayo con un conjunto de “canales de comunicación interactivos” que permitan al ciudadano conocer y eventualmente participar de lo que acontece en su ciudad desde pantallas situadas en el espacio urbano o a nivel institucional o privado. Una Visión Fenomenológica de la Plaza y Av. de Mayo

Fenomenología es una palabra derivada del griego *phainos* que significa mostrar, Edmund Husserl a comienzos del siglo XX describe las estructuras de la experiencia y tal como se presentan en la conciencia, es lo que se manifiesta ante la conciencia del sujeto. Desde una mirada estrictamente fenomenológica una descripción de los hechos históricos relacionados con la construcción de la Avenida no forma parte de este trabajo, tampoco hace a nuestro trabajo saber que fue concebida a semejanza de los grandes bulevares creados en París por Haussman. Es decir, se puede afirmar que la visión historicista-edilicia de la Avenida no participa de nuestra propuesta.

En cambio si interesa la trama de “usos y apropiaciones” y por consiguiente de percepciones y producción de significados, que el conjunto de ciudadanos-usuarios pone en juego y a cuyo contenido Husserl denominaba “significados”.

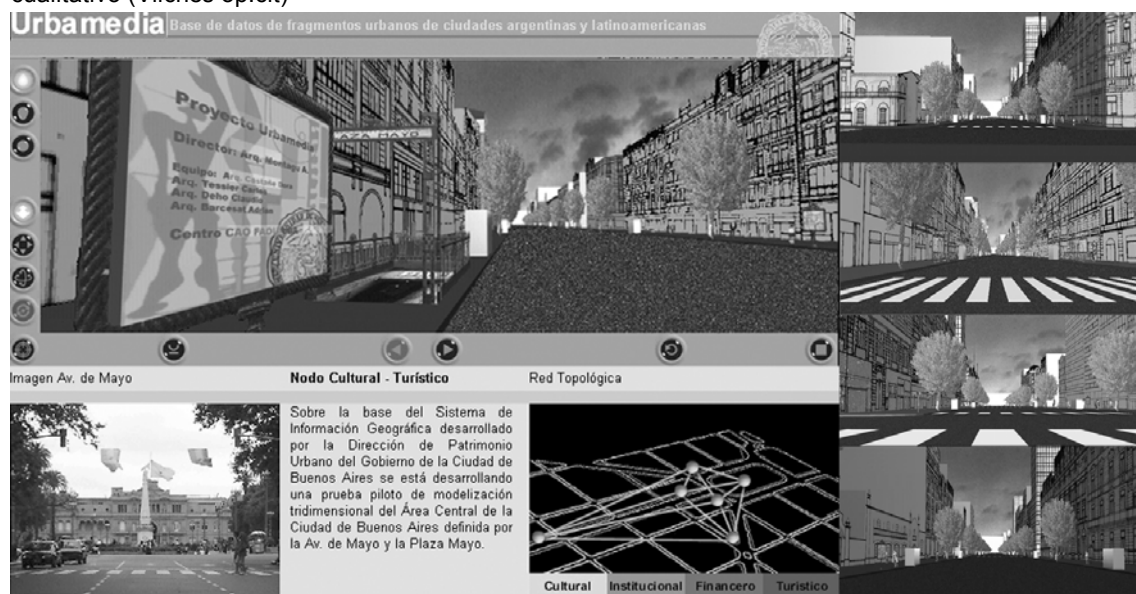
Describe las estructuras de la experiencia tal como se presentan en la conciencia, sin recurrir a ninguna teoría u otras disciplinas.

Por lo tanto interesa entender como la Av. de Mayo en tanto fenómeno, en tanto estructura de la experiencia, es percibida por una conciencia no ya individual, sino colectiva.

### *Análisis Cualitativo, Usos y Apropiaciones del Espacio Urbano*

El análisis de datos cualitativos por medio de tecnologías digitales (Muhr 01) permite analizar en forma sistémica los usos y las interacciones que se producen en el espacio urbano definiendo diversas escalas urbano-ambientales a nivel macro (los grandes espacios históricos, financieros, etc.) y a nivel micro (edificios representativos de diversas épocas y culturas).

El conjunto de redes semánticas que se obtienen con esta metodología permitirá conocer diversos aspectos (por el momento abstractos) y que servirán para que los usuarios de esos “espacios de comunicación” utilicen los nuevos medios para organizar “su espacio y su tiempo” y no a la inversa como ha sucedido con la comunicación unidimensional Figura1 fragmentos VRML avda. de mayo y análisis cualitativo (Vilches op.cit)-



### **Referencias**

- Mc Luhan, M. (94-96), *Comprender los medios*. Paidós, Barcelona.
- Rifkin, J. (00), *La era del acceso*. Paidós, Barcelona.
- Turkley, S. (97), *La vida en la pantalla*. Paidós, Barcelona.
- Sartori, G. (00), *Homo sapiens*. Paidós, Barcelona.
- Merlau-Ponty, M. (02), *El mundo de la percepción*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Vilches, L. (01), *La migración digital*. Gedisa, Barcelona.
- Trabajos publicados en congresos y documentos de trabajo
- Montagu, A. F.; Cieri J. P. Y equipo de investigación (02), *URBAMEDIA Desarrollo de una base de de datos de fragmentos urbanos de ciudades argentinas y latinoamericanas*. VI Congreso de la SIGRADI. Editores Hippolyte P.L.; Miralles E. UCV Caracas, Venezuela.
- Frascara, J. (03), *creating Communicational Spaces*. International conference exploring interpretation, interaction, negotiation and culture in the creation of Meaning. Department of Art + Design
- Chernobilsky, L.B.; D’Onofrio, G. (01), *Software de aplicación para el análisis de datos cualitativos. Un estudio de caso aplicado a la Universidad de Buenos Aires*. IDES, Buenos Aires.
- Dokonal, W.; Martens, B.; Reinhard, P.; (02) *New Expectations, City Modeling in the Internet Age*. VI Congreso