CEG
Centro de Estudos Geográficos

Finisterra, *LV*(115), 2020, pp. 243-248
ISSN: 0430-5027
doi: 10.18055/Finis20279
Artigo

CIUDADES DISPERSAS Y ALDEAS VIRTUALES EN LA POSTPANDEMIA DEL COVID-19

Carlos Ferrás Sexto[1]

RESUMEN – Reflexionamos sobre los conceptos de ciudad dispersa, aldea virtual y la revolución en la información y el *marketing* en el nuevo escenario que el Covid-19 y la Post--Pandemia comienzan a dibujar. Nos preguntamos sobre los efectos particulares que tienen estos fenómenos en las relaciones entre el mundo urbano y rural, y presentamos un debate sobre los problemas y las oportunidades que conllevan para la planificación del territorio y la salud pública.

Palavras clave: Geografía cultural; ciudades; *marketing* territorial; estudios comparados; Covid-19.

RESUMO – CIDADES DISPERSAS E ALDEIAS VIRTUAIS NO PÓS-PANDEMIA DA COVID-19. Refletimos sobre os conceitos de cidade dispersa, aldeia virtual e a revolução da informação e do *marketing* no novo cenário que a Covid-19 e a Pós-Pandemia começam a desenhar. Questionamo-nos sobre os efeitos particulares que estes fenómenos têm nas relações entre o mundo urbano e rural e apresentamos um debate sobre os problemas e oportunidades que implicam para o ordenamento do território e a saúde pública.

Palavras-chave: Geografia cultural; cidades; *marketing* territorial; estudos comparados; Covid-19.

ABSTRACT – SCATTERED CITIES AND VIRTUAL VILLAGES IN THE POST--PANDEMIC COVID-19. We reflect on the concepts of the dispersed city, the virtual village, and the revolution in information and marketing in the new scenario that Covid-19 and the Post-Pandemic has begun to draw. We ask ourselves about the effects that these phenomena have on the relations between the urban and rural world, and we present a debate on the problems and the opportunities that this entails for territorial planning and public health.

Keywords: Cultural geography; cities; place marketing; comparative studies; Covid-19.

Recebido: junho 2020. Aceite: setembro 2020.

[1] Profesor, Departamento de Xeografía, Faculdad de Geografía e Historia, Universidade de Santiago de Compostela, Plaza da Universidade, nº1, 15782, Santiago de Compostela, España. E-mail: carlos.ferras@usc.es

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad debemos de preguntarnos sobre cómo se pueden estudiar desde la geografía las nuevas relaciones rural-urbanas emergentes en el futuro Post-Pandemia Covid-19. Debemos inscribir esta cuestión en un debate acerca de los nuevos espacios rurales y urbanos que se van modelando a medida que la Sociedad de la Información, la Globalización y la III Revolución Tecnológica inciden sobre las sociedades humanas (Hanlon & Short, 2010). La cartografía de la pandemia muestra especial incidencia de la transmisión del virus Covid-19 en las grandes ciudades metropolitanas, siendo New York la capital mundial al respecto, y en especial en las áreas residenciales de la clase trabajadora donde la alta densidad demográfica, la vivienda colectiva de torres de apartamentos y la aglomeración son señas de identidad (Borjas, 2020). Se constata una relación directa entre la aglomeración y pobreza urbana y la alta incidencia del Covid-19.

En este contexto de crisis sanitaria y de cara al período de Post-Pandemia, los geógrafos debemos prestar atención a la posible necesidad de unas ciudades más abiertas y menos densas demográficamente y a sus implicaciones para la ordenación del territorio. Con la pandemia a nivel mundial parece que el hábitat urbano deberá superar la compactación espacial de la época industrial para acometer una desconcentración sobre los espacios rurales circundantes. Vamos a asistir a la explosión de la ciudad sobre la región, por la cual actividades económicas, población y vivienda se expanden y fluyen hacia las áreas rurales próximas a la ciudad y hacia los asentamientos menores del sistema urbano, hacia villas, pequeñas ciudades y unidades de poblamiento menor como condominios privados dispersos en el campo.

Los geógrafos rurales hablan cada vez con más convencimiento del Post-Productivismo agrario, lo que significa que se supera definitivamente la vinculación funcional cuasi determinante del campo y de las actividades agrarias (Woods, 2005). En este contexto, desde la geografía precisamos de un examen crítico de los enfoques clásicos a la hora de estudiar lo rural y lo urbano de forma independiente obviando la importancia que la cultura y la salud pública tienen actualmente como factores desencadenantes de los movimientos migratorios ciudad-campo o campo-ciudad.

En el momento excepcional que estamos viviendo con la propagación del Covid-19 debemos preguntarnos ¿Esa cultura pandémica transmitida por medios de comunicación y redes sociales qué imágenes crea sobre la ciudad y el campo? ¿En la Post-Pandemia los movimientos migratorios del campo a la ciudad ya no serán motivados por la búsqueda del empleo industrial y de una mayor calidad de vida? ¿El teletrabajo y la extensión de la fibra óptica cambiarán las movilidades diarias? ¿Asistiremos a una desaglomeración y desconcentración de las funciones urbanas clásicas? ¿Se acelerarán las deslocalizaciones residenciales hacia la periferia? ¿Las ciudades han dejado de ser alternativa al excedente demográfico rural y se desencadenan nítidos movimientos inversos de la ciudad al campo o de las grandes metrópolis hacia las pequeñas ciudades de provincia?

Actualmente, en la literatura geográfica británica el campo y la ciudad cada vez son estudiados más como una construcción cultural (Cloke, Baker, Sutherland, & Williams,

2019), una imagen creada en el alter ego social, lo cual, a mi juicio, debe ser investigado por las implicaciones que tiene para el urbanismo y la ordenación del territorio en la fase post-pandémica. Considero que debemos buscar la interpretación cualitativa de la condición cultural de los individuos y de las sociedades de las que forman parte en el nuevo escenario abierto por la transmisión del Covid-19. No olvidemos que el significado e imágenes culturales del campo y de la ciudad son construidos y utilizados estratégicamente en campañas de comunicación y *marketing* en beneficio del capital inmobiliario en particular y por el capital en general para hacer grandes negocios. La mercadotecnia territorial post-pandémica venderá imágenes de estilos de vida ideales en armonía con el espacio vital percibido como saludable por las personas.

Podemos predecir que los procesos de desaglomeración demográfica post-pandémica a nivel espacial propiciarán el desarrollo de la contraurbanización, lo que contribuye al declive de la gran aglomeración urbana industrial a favor de un renacimiento de áreas rurales residenciales con baja densidad (Ferrás, 2000). La búsqueda del hábitat saludable propiciará también la suburbanización extendida de baja densidad en áreas rurales más próximas a las ciudades; y ambos procesos de desconcentración demográfica propiciarán el desarrollo de las nuevas formas de urbanización dispersa y segregación social (Anderson, Lavesson, & Niedomys, 2018; Mitchel, 2019). La contraurbanización y suburbanización post-pandémicas si son previstas y ordenadas impulsarán un nuevo equilibrio territorial entre el campo y la ciudad, entre el centro y la periferia y entre las regiones más desarrolladas y menos desarrolladas.

II. EL MUNDO RURAL COMO HIPÉRBOLE SOCIAL

En la conformación de las nuevas ciudades desconcentradas post-pandemia jugará un papel clave la imagen construida y percibida sobre lo urbano y lo rural. El pueblo y la aldea son construcciones sociales y culturales que existen en el imaginario popular de las sociedades occidentales. Durante mis visitas al "Center of Iberian Studies" de la Keele University, en la periferia rural de la ciudad de Manchester, pude observar que la Casa Real británica a través del Príncipe de Gales en sociedad con cuatro empresas privadas promotoras, tiene en pleno desarrollo un proyecto de aldea ideal en Gales, donde cada elemento, hasta el más pequeño detalle, está pensado para el disfrute de una vida en el campo sin renunciar a las comodidades de la ciudad (ver www.nansledan.com), por cierto, en dicha aldea vive un selecto grupo de familias acomodadas que han accedido a la elitista propiedad de una de sus casas. Este proyecto refleja el histórico y tradicional deseo de los británicos por vivir en el campo, lo cual ha sido interpretado como una consecuencia lógica del hecho de haber sido pioneros en la industrialización y urbanización allá por el siglo XVIII (Ministry of Housing, Communities and Local Government, 2019). En Staffordshire, en los Northwest Midlands (noroeste de Inglaterra), cualquier persona que viaje al campo podrá comprobar que existen hermosos, limpios y atractivos "Villages", caso de Keele o Betley, donde junto a los servicios básicos de pub, tienda, iglesia,

colegio y oficina de correos, se agrupan un selecto grupo de familias de alto nivel cultural que conviven con los grandes terratenientes agrarios al tiempo que las granjas se dispersan por la parroquia. Todo apunta que la imagen cultural que trasciende del deseo de "poseer una casa en el campo" obedece a intereses capitalistas y de mercado y la cultura post-pandémica se presenta como una oportunidad.

En España, una encuesta del Instituto Gallup del año 2000 revelaba que a un 35% de los españoles les gustaría residir en poblaciones de menos de 10 000 habitantes y un 55% en aquellas con menos de 50 000, y que tan sólo un 9% se encontraba a gusto en las metrópolis (Ferrás, 2000); ¿Cuáles serían los resultados de dicha encuesta hoy en día? El deseo de las familias y jóvenes de vivir en una casa unifamiliar amplia en el campo, rodeada de amplios espacios verdes y en un medio ambiente tranquilo, pero bien comunicada por autopista con la ciudad (Herrero, 2020), se convertirá en un estereotipo internacional post-pandémico. No olvidemos que el sueño americano de la suburbanización y contraurbanización se ha fundamentado en el hábitat de baja densidad y en el automóvil (Hanlon & Short, 2010); debemos preguntarnos si el automóvil eléctrico ecológico reforzará la desaglomeración post-pandémica.

Las empresas inmobiliarias saben rentabilizar una imagen positiva del campo y de las áreas rurales en su beneficio. Cualquier persona que tenga interés en comprar una casa encontrará fácilmente una oferta de viviendas unifamiliares en urbanizaciones privadas construidas en lugares privilegiados próximos a la ciudad, bien en pequeños pueblos rurales o en la corona suburbana, o bien podrá comprar antiguas casas rurales de diversos tamaños, aldeas enteras, para rehabilitar como primera o segunda residencia. Surgen páginas *web* exclusivas para la venta de propiedades rurales (ver www.aldeasabandonadas.com) promocionadas en los medios de comunicación y en las redes sociales, y es muy llamativo el hecho de que promociones inmobiliarias en la periferia de las ciudades grandes y pequeñas reciban nombres que evocan la vida en el campo y en el medio rural. Son del tipo "El Bosque" "Jardines, "Aldea", "Monte", "Prado", "El Pinar", y las promociones publicitarias inciden en los valores de la calidad de vida, el medio sano, la tranquilidad, y todo ello sin renunciar a los servicios de la ciudad que se encuentra a unos minutos de viaje, por cierto, minutos que siempre son muy engañosos. En las redes sociales y en los medios de comunicación es muy visible la oferta de casas en las aldeas y pueblos rurales enfatizando la belleza del paisaje, la tranquilidad de las granjas-vivienda, el contacto con la naturaleza, la baja densidad, los espacios abiertos o la proximidad idealizada "a los ríos trucheros o al mar".

La post-pandemia facilitará la construcción y percepción de una imagen bucólica del campo entre las familias urbanas. Valores como la familia y la tranquilidad se asocian para idealizar un estilo de vida rural. Con ello se están creando auténticas aldeas virtuales, deseadas e imaginadas en la percepción de las familias acomodadas de origen urbano que buscan cumplir su deseo de huir de los ruidos, de la aglomeración, de la transmisión pandémica de la aglomeración, de la polución y de los peligros que podrían acechar a sus hijos. El medio rural post-productivista se convierte en una construcción cultural mercantilizada. Las empresas de inversión inmobiliaria y los medios de comunicación serán

capaces de rentabilizan artificialmente la aldea virtual, es decir la aldea en potencia o posible donde no existen problemas y la armonía y convivencia son perfectas para el desarrollo humano en contacto con la naturaleza.

III. LA ALDEA VIRTUAL, IRREAL Y DESEADA

La imagen idealizada de una familia de clase media alta que montados en su automóvil monovolumen familiar ecológico por ser híbrido – él más cómodo y seguro del mercado –, visitando el campo idealizado donde los campesinos y pastores son felices lejos del ruido y de la suciedad de la ciudad, se repetirá constantemente hasta convertirse en una aspiración, jóvenes parejas con hijos aspirarán a una vida ideal lejos de la aglomeración y de la pandemia, y los pueblos rurales reivindicarán la fibra óptica y la *Internet* como la solución al despoblamiento. La imagen de la aldea virtual por irreal se convertirá en una hipérbole social, en un deseo asociado a un nuevo estilo de vida, en una exageración y deformación de la realidad con el fin último de hacer negocios. Hasta hace pocos años, con el pleno apogeo de la urbanización industrial, el campo atrasado era un medio hostil para la vida cotidiana. El éxodo rural de gentes hacia las ciudades era como la realización de un deseo de mejorar. La ciudad era la esperanza de una mejor calidad de vida y de más ingresos económicos. El campo atrasado, tradicional, aburrido, se ha transformado y cada vez más será percibido como un lugar idílico y elitista que se puede definir como virtual. Pasaremos del campo atrasado a la aldea virtual y por ello asistiremos al floreciente negocio de la urbanización del campo y a su aburguesamiento. Asistiremos a una creciente segregación y marginación de los más pobres ajenos a esa virtualidad.

Desde el punto de vista de la investigación el Postmodernismo y el Post-Estructuralismo obligan a los geógrafos a buscar nuevas formas de análisis del campo y la ciudad. No es suficiente el estudio morfológico o estructural del paisaje y de la tecnología y se impone la necesidad de estudiar la cultura social como elemento fundamental para comprender el comportamiento humano. El Postmodernismo se focaliza en la superación de la tiranía urbana asociada al racionalismo cartesiano y a la confianza ciega en el binomio razón-progreso, y nos presenta la ruralidad como una categoría discursiva socialmente construida, ambigua y ambivalente. La conformación de la aldea virtual y deseada en el contexto de la ciudad dispersa tiene mucha relación con los cambios de valores sociales. Los geógrafos debemos valorar la cultura como elemento de análisis espacial. Es necesario impulsar el análisis de las imágenes percibidas que representan al campo en la cultura popular. Los geógrafos debemos analizar documentos analógicos y digitales, escritos, tales como novelas, periódicos o revistas, documentos visuales como fotografías, cuadros pictóricos, mapas, material de propaganda, postales, películas, programas de televisión o videos personales y promocionales, además de mensajes y sonidos procedentes de las redes sociales o de la música popular. Solo así podremos comprender los cambios impulsados por el Covid-19 en el campo y la ciudad postindustrial y sus implicaciones para la ordenación territorial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andersson, M., Lavesson, N., & Niedomys, T. (2018). Rural to urban long-distance commuting in Sweden: Trends, characteristics and pathways. *Journal of Rural Studies*, *59*(3), 67-77. Doi: 10.1016/j.jrurstud.2018.01.010

Borjas, G. J. (2020). Demographic determinants of testing incidence and Covid-19 infections in New York City neighborhoods. *NBER Working Paper 26952*, National Bureau of Economic Research.

Cloke, P. J., Baker, C., Sutherland, C., & Williams, A. (2019). *Geographies of Postsecularity: Re-envisioning Politics, Subjectivity and Ethics*. London: Routledge.

Ferrás, C. (2000). Ciudad dispersa, aldea virtual y revolución tecnológica. Reflexión acerca de sus relaciones y significado social [Scattered city, virtual village, and technological revolution. Reflection on their relationships and social meaning]. *Scripta Nova – Revista Electrónica de Geografía Y Ciencias Sociales [online], 4*.

Hanlon, B., & Short, J. R. (2010). *Cities and Suburbs. New Metropolitan Realities in the US*. Oxford: Routledge.

Herrero, N. (2020). Huir del virus ¿Y si nos vamos a vivir al campo? [Run away from the virus. What if we go to live in the country?]. *El Periódico*. Retrieved from https://www.elperiodico.com/es/cuaderno/20200516/huir-virus-exodo-rural--mundo-tras-coronavirus-covid-19-7963110

Ministry of Housing, Communities and Local Government. (2019). *National Design Guide. Planning practice guidance for beautiful, enduring and successful places*. London: OGL.

Mitchell, C. J. A. (2019). The patterns and places of counterurbanization: A 'macro' perspective from Newfoundland and Labrador, Canada. *Journal of Rural Studies*, *70*, 104-116. Doi: 10.1016/j.jrurstud.2019.08.003

Woods, M. (2005). *Rural geography. Processes, responses and experiences in rural restructuring*. London: Sage.