

El enfoque urbano y los ecosistemas comunicativos en Pachuca de Soto, Hidalgo, México

Raúl Arenas García ⁽¹⁾

Resumen: Puesto que la comunicación en la sociedad resulta esencial en la vida moderna, es vital aplicar una perspectiva comunicacional al fenómeno de las metrópolis para entender nuestros entornos. Bajo el paradigma de la urbe como red informativa y considerando el paso de las Sociedades de Cultura y Comunicación de Masas hacia las Sociedades de la Información, este trabajo examina la “narrativa difundida” y la “dinámica interactiva” de la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, México; población que tradicionalmente posee una identidad construida mediante la oralidad y que dependió, en sus inicios, de la explotación minera, misma que hoy experimenta una actualización muy fragmentada mediante escenarios opuestos que convergen en una mismo espacio, así, el concepto de ecosistema comunicativo (Barbero, 1994) no se circunscribe únicamente a los medios tecnológicos, sino que formula una visión holística sobre cómo es que se habita la cultura.

Este estudio se acerca a las representaciones institucionales de los viejos espacios, como parte del sector tradicional y cultural, frente a los nuevos complejos que se apropian de las dinámicas socioeconómicas contemporáneas de la ciudad. De esta forma, hoy en día, los habitantes debaten, rechazan o asumen dicha versión de su contexto, a partir de su memoria compartida y el entorno social que otorga sentido a su propia realidad.

Palabras clave: ecosistema comunicativo - memoria colectiva - identidad urbana - Pachuca - construcción simbólica

[Resúmenes en inglés y en portugués en las páginas 50-51]

⁽¹⁾ Ver CV de Raúl Arenas García en la p. 51

Introducción: Pachuca como sistema de interacción comunicativa

Desde hace ya un par de décadas, la explicación y el análisis de lo que representa la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo, desde un punto de vista social o urbanístico, se ha enriquecido sustancialmente con las aportaciones que han hecho los estudios de la comunicación. Siguiendo al sociólogo Alfredo Mela (1994), lo que refiere a la urbe como un sistema de comunicación es, probablemente, la más consciente y actual. Bajo esta mirada, el tejido urbano pachuqueño se revela como el cruce de tres grandes fuerzas o subsistemas: dónde

ocurre la vida diaria (una dinámica marcada por el área norte y la acelerada expansión hacia el sur), cómo se mueven los pobladores (a través de sus bulevares, puentes y el sistema Tuzobús), y cómo es que se comunican socialmente.

Al entender la ciudad como un gran espacio de interacciones, la cultura urbana de la ciudad de Pachuca ya no es vista exclusivamente como el reflejo de un efecto espontáneo, sino como el resultado de un objetivo político, social y económico. Lo anterior puede apreciarse a partir del mismo territorio, cuando se recuerda que la Feria de San Francisco se colocaba en la zona centro de la ciudad hasta que llegó la modernidad impuesta en las casi últimas tres décadas con la llegada de la Zona Plateada. Así, Pachuca se ha convertido en un espacio físico en donde el proyecto identitario que da forma al escenario actual y cotidiano, se ha convertido en una zona de tensión permanente. Los numerosos acontecimientos que han dado origen a un cambio constante en el ecosistema minero, sobre todo en los últimos años, han dado pauta al desarrollo de una ciudad de servicios en desarrollo constante, lo que obliga a la contemplación de esta ciudad desde un enfoque urbanístico.

Cómo se transita de una ciudad minera a las sociedades de la información

A la par de que la prensa local, la radio y la tradición oral de los barrios mineros desarrollaron un imaginario colectivo, nostálgico y con visión obrera por la lejanía con las grandes ciudades, aunado a las características topográficas y las condiciones climáticas, la ciudad de Pachuca, durante la mayor parte del siglo XX, se rigió con base en las Sociedades de Cultura y Comunicación de Masas (SCCM), de esta forma se entiende a esta ciudad como la responsable de crear, producir y reproducir su propia urbanidad.

En la actualidad, las sociedades mutan vertiginosamente hacia lo que Manuel Castells (1998) designa “sociedades de la información” (SI) y Pachuca no es la excepción. El crecimiento y desarrollo de la tecnología digital, el desarrollo de portales informativos web y la expansión de los medios a nivel estatal (Radio y Televisión de Hidalgo, Sistema Universitario de Medios Autónomos, etc.) entre otras causas, han cambiado completamente la dialéctica comunicativa. Es decir, Pachuca ya no se comunica exclusivamente a través de sus medios locales; sino que ahora, como lo hacen otras ciudades, lo realiza a través de las redes sociales, campañas de *place branding* (la historia y la identidad que se le da a un lugar) y los *renders inmobiliarios* (fotografías del futuro que te muestran visualmente una promesa de cómo lucirán los espacios) que dirigen sus expectativas hacia una hipermodernidad metropolitana, alterando así la mentalidad de quienes la habitan.

La memoria colectiva pachuqueña VS configuraciones mediáticas

Las narrativas de poder que forman parte de un discurso (Gómez Mompart, 1999) son de gran importancia para el proceso de construcción simbólica de las ciudades contemporáneas, eliminando así el efecto de un fenómeno espontáneo. Es así que los medios locales

y las plataformas de comunicación institucional articulan actualmente una hermenéutica específica de lo urbano, tal y como el cine y la televisión consolidaron la mitología urbana de las grandes metrópolis globales durante el siglo XX. Este análisis de la ciudad no es neutro; por el contrario, se observa a través de una dicotomía narrativa que identifica la percepción del territorio mediante dos vertientes principales: el rescate folclórico-turístico y el espejismo del progreso.

La primera visión, el rescate folclórico/turístico, remite a una función de “museificación” del espacio urbano. Así, los elementos que construyen la identidad pachuqueña (el legado minero, el fenómeno meteorológico del viento, la cuna del fútbol o la gastronomía) se someten a un proceso de cosificación. De acuerdo con la teoría de la mercantilización del lugar (Harvey, 1998), la historia de Pachuca es vista como un inventario de atributos consumibles y estéticos. De esta manera, el “paste” y la “Bella Airosa” no conforman únicamente expresiones de una realidad social y climática compleja, sino que evolucionan en productos de exportación simbólica, “empaquetados” para el visitante externo dotando de una validación de la imagen institucional que da prioridad al valor de cambio sobre el valor de uso del patrimonio.

Por su parte, la narrativa del progreso (en ocasiones como un espejismo) orienta el foco de atención hacia la periferia sur y la zona metropolitana en expansión. De esta manera, la configuración mediática sobrevalora la infraestructura vial de alta velocidad (como los distribuidores del Boulevard Colosio), el desarrollo de plazas comerciales y el crecimiento de zonas residenciales de acceso controlado. Mediante esta concepción, se dicta un nuevo modelo de ciudadanía: el “pachuqueño moderno” aquel que circula en espacios de flujos globales, ajenos a la historia local y a la escala humana. Así, el nuevo foco de la vida pública no solo representa la ciudad, sino que determina un comportamiento aspiracional, promoviendo lo que Marc Augé (1993) denomina “no-lugares”.

De esta forma, la imagen que se crea de la ciudad experimenta un constante dilema entre la aceptación y la resistencia; al final, los habitantes de Pachuca no consumen pasivamente lo que dictan los medios. El discurso oficial pierde su fuerza al enfrentarse a las prácticas cotidianas: el ciudadano común contrasta la promesa de una “ciudad conectada y vanguardista” con la dura realidad de la falta de servicios en las periferias de Mineral de la Reforma y Zempoala, sueldos extremadamente bajos en relación a otros municipios del estado, un tráfico cada vez más caótico, desabastecimiento de servicios básicos y el desgaste en los barrios céntricos. Vivir esta constante genera una profunda incomodidad emocional, esa tensión inevitable que surge cuando la historia de lo que se da por sentada, contradice la realidad que se vive.

Es ante esta brecha de insatisfacción y exclusión donde la memoria colectiva surge como un ancla vital para la identidad. De esta forma, los recuerdos compartidos por los pachuqueños emergen como el último recurso de aquella subjetividad que se niega a ser borrada por la simulación del progreso mediático. Recordar la convivencia en los parques Hidalgo y Pasteur, los paseos por la Plaza Independencia o la actividad comercial de la calle de Guerrero, es mayor que un simple episodio melancólico; es un acto de resistencia contra la amnesia urbana dictada por el mercado. Más allá de reflejar una nostalgia que inmoviliza, la memoria se entiende aquí como una herramienta política: aquélla que defiende y da valor a la existencia del habitante frente a la amenaza de una ciudad genérica.

La identidad de una ciudad: El territorio como mensaje en “La Bella Airosa”

En un acercamiento al trabajo “La ciudad es el medio, el territorio es el mensaje”, de Josep Lluís Gómez (1999), la ciudad no debe entenderse como un inventario de infraestructura civil o un conjunto de coordenadas geográficas, sino como un complejo sistema semiótico. Benevolo (1993), partiendo de la premisa de que la ciudad funciona como un escenario de lenguajes y posee un “dialecto” propio, afirma que es posible sostener que el espacio urbano es visto como una construcción discursiva en donde la sociedad civil no es un agente productor de sentido y no solamente un receptor pasivo. En este contexto, en confrontación con las narrativas hegemónicas del poder establecido, emerge lo que Reguillo (1996) denomina el “talento popular”: refiriéndose a la capacidad de agencia simbólica que reconstruye la urbe, oponiéndose activamente al secuestro o la mercantilización de su patrimonio cultural.

De acuerdo con los planteamientos de Martín Barbero (1994) sobre los ecosistemas comunicativos, las actuales dinámicas de interacción social en la capital hidalguense se precisan mediante las distintas maneras de crear pertenencia y al mismo tiempo, apropiarse del espacio urbano. Esta reflexión sugiere una relevante visión en la era de la simulación digital y la desmaterialización; es decir, un giro de pensamiento, si entendemos que el territorio es el mensaje, entonces Pachuca fungiría como el medio. Esto significa que la ciudad, como estructura activa, condiciona de qué manera ocurren los eventos y en qué sentido se desarrollan. De esta forma, el planteamiento conceptual se alinea con la propuesta de los ciudadanos de convertir el espacio físico en una red viva de interconexiones.

Desde esta perspectiva, el verdadero “mensaje” de la ciudad ya no se centra en la estética estandarizada de las plazas comerciales del sur o en el monólogo unidireccional del espectacular publicitario, sino en la “gramática” que dota de personalidad a sus espacios públicos más emblemáticos. Es así que la identidad urbana se constituye mediante algunos pilares de acción social (Gómez y González, 2014):

1. El Estadio Hidalgo como foro de la época moderna: A la par de su función como espacio deportivo, este lugar permite que se lleven a cabo catarsis colectivas. Aquí, se realizan ritualidades contemporáneas que dan un sentido de comunidad y pertenencia, independientemente de las clases sociales que convivan eventualmente, convirtiéndolo así en un espacio de convergencia, privilegiando la identidad local y reafirmando las reuniones masivas (*Figura 1*).

2. El Centro Histórico frente a la periferia comercial: El resurgimiento de colectivos artísticos y gestores culturales en los primeros cuadros de la ciudad surge como una respuesta innata a la concentración de la vida pública en las “megaplazas”. Con estas acciones, los ciudadanos recuperan el valor de uso de la arquitectura porfiriana y minera al revitalizar edificios antiguos y callejones, negándose a ceder la centralidad histórica ante el modelo de la ciudad-franquicia o, como las nombra Michael Janoscka (2002), ciudades privadas (*Figura 2*).



Figura 1. El Estadio Hidalgo

Fuente: El Universal Hidalgo (23 de julio de 2025). <https://www.eluniversalhidalgo.com.mx/metropoli/gobierno-de-hidalgo-retomara-control-del-estacionamiento-del-estadio-hidalgo/>



Figura 2. El Centro Histórico

Fuente: Dreamstime (s/f). <https://es.dreamstime.com/vista-panor%C3%A1mica-de-la-ciudad-pachuca-hidalgo-m%C3%A9xico-xxii-edificio-hist%C3%B3rico-central-universidad-aut%C3%B3noma-del-estado-ubicado-image233115883>

3. La reapropiación de la Plaza Independencia: Este espacio, como muchos centros históricos públicos de distintas latitudes, funge como un sitio en donde se incorporan y conviven las capas de historia, la cultura y la actividad humana. En estos lugares conviven diversos contingentes sociales, que abarcan las expresiones del comercio informal, las manifestaciones de protesta y hasta lugares comunes para la diversión popular, practicando así una ciudadanía activa. Al ocupar este espacio como el centro político y simbólico, los habitantes de Pachuca crean una narrativa institucional del Reloj Monumental, transformando dicho monumento en un centro en movimiento con sentido cívico y cultural (*Figura 3*).

4. Mural de Palmitas o Macromural de Cubitos, un proyecto que nace en 2015 en combinación con el gobierno del Estado de Hidalgo y el colectivo Germen Crew, quienes pintaron el mural colocando colores en los más de 20,000 metros cuadrados y 190 colores con la idea de generar conciencia y disminuir la violencia que se generaba a inicios de ese mismo año (Martínez, 2015). Desde entonces, dicho mural se ha catalogado como el más grande de México y ha sido escenario de documentales, videoclips y cortometrajes. A lo largo del tiempo sigue representando una panorámica visual de la ciudad, pero su concepción aún sigue siendo, más allá de la intención de combatir la violencia y las formas de vida de la zona, un blanco de críticas que van, desde la demanda del presupuesto empleado para dicho proyecto hasta el debate de su complejidad socioeconómica que la vuelve una simple postal. (*Figura 4*).



Figura 3. La Plaza Independencia

Fuente: La Jornada Hidalgo (19 de agosto de 2021). <https://lajornadahidalgo.com/aprueban-creacion-de-nuevo-reglamento-para-conservar-del-centro-historico-de-pachuca/>



Figura 4. Macromural de Palmitas

Fuente: Ambientes Digital (s/f). <https://ambientesdigital.com/macromural-pachuca/>

Es así como se construye la identidad pachuqueña, como lo señala Manuel Delgado (2004), mediante la lucha entre la ciudad planificada (el *layout* del poder) y la ciudad practicada (el territorio del habitante). De esta forma, la misma ciudad emerge como un texto viviente en el cual la memoria, en conjunto con la acción social, construye una dinámica en la que se desarrollan mecanismos de resistencia frente al creciente urbanismo que se ha dibujado en las últimas décadas (Delgado, 2004). De esta manera, la transformación de los espacios confirma que el propio territorio permanece como el actor principal que aún sirve de soporte de la identidad regional.

De los barrios al hiperconsumo

La teoría de las mediaciones urbanas permite analizar la actual ecología comunicativa en Pachuca con la intención de comprender la actual identidad contemporánea que de ninguna manera se encuentra en los discursos oficiales, sino en el día con día y el transitar cotidiano de sus habitantes. A partir de esta idea, se advierte claramente una fractura que divide el panorama socioespacial de la región central en dos polos comunicativos opuestos; uno tradicional al Norte-Centro y el otro, ubicado en el Sur metropolitano. Ambos escenarios crean mensajes opuestos sobre el significado actual de “ser pachuqueño”.

La manera de habitar está ligada directamente a la herencia minera, es por ello que en los barrios altos (El Arbolito, Camelia, Cubitos, Palmitas) la proximidad y la socialidad urbana

son orgánicas: las canchas de barrio, las escalinatas, los callejones, los nichos religiosos, las festividades patronales y los deportes de práctica son asumidos como auténticos medios de comunicación local que escriben su historia día con día; así, se advierte identidad, creencias, esfuerzo, relaciones sociales, etc. mismas que, a partir de dicha narrativa mediática local, se estigmatizan conceptos que se asocian con la inseguridad, las malas prácticas y la precariedad.

El crecimiento de la ciudad, impulsado por la lógica de la globalización, crea contrastes asimétricos en donde el desarrollo de la zona Sur (Zona Plateada, Puerta de Hierro, Explanada, Vía Dorada) promueve una forma de coexistencia distinta en varias dimensiones: en esta zona cada espacio en las avenidas o en los complejos comerciales y habitacionales emiten un mensaje de estatus y aspiración, el cual está íntimamente influenciado por la zona conurbada del Valle de México. Aquí el espacio tradicional se ha sustituido por el espacio privado de acceso público (*el mall*) en donde la sociedad se encuentra programada y mediada por el hiperconsumo; en este lugar la mayor parte de la población debe de transitar en automóvil de un espacio cerrado a otro. Se trata ahora de una ciudad mimetizada que busca parecerse a cualquier otra, en la cual ya no existen, o son muy débiles, sus particularidades.

Desde esta óptica, se puede identificar al ciudadano promedio como un ente que participa en la construcción de la modernidad estandarizada que se desplaza los fines de semana hacia el sur, pero que también acude al Centro Histórico a los mercados tradicionales (Como el Francisco I. Madero o Barreteros) de vez en cuando en la búsqueda constante de un anclaje cultural que los espacios del sur no le pueden otorgar. Estas acciones confirman la resistencia hacia el arraigo popular, convirtiendo los espacios físicos en secciones que también son parte de su ciudad.

Conclusiones

Las constantes tensiones simbólicas del ecosistema de comunicación que se constituye en Pachuca de Soto, se encuentran más vivas que nunca y no solamente forman parte de la transición demográfica y económica de la urbe. Al insertar a la capital hidalguense en la lógica de las Sociedades de la Información (SI) el relato de la ciudad se ha visibilizado y profundizado mediante una polarización territorial y discursiva, no solamente democratizado de forma automática el relato de la ciudad.

Se considera de gran importancia la aparición del ciudadano como un ente que deja de ser un receptor pasivo para convertirse en quien dota de una reescritura al territorio que habita y recorre. Ante el espejismo de un mercado globalizado y homogéneo con tiendas, sucursales y zonas habitacionales estandarizadas, la ciudadanía transmuta desde una vivencia territorial híbrida que marca territorios a partir de la memoria colectiva y siendo una parte activa de resistencia tomando como estandarte la mercantilización tradicional del paste y la barbacoa, hasta la reapropiación de la Plaza Independencia o el Centro Histórico, así como la articulación de contra espacios cívicos que se comparten cotidianamente en plataformas digitales.

De esta forma, el futuro de Pachuca no se debe a la nostalgia vigente de su pasado minero, ni en la aceptación de un modelo contemporáneo de ciudad privada o “ciudad-franquicia” (Janoschka, 2002); la verdadera tensión que se advierte es la propia inercia homogeneizadora que se convierte en un auténtico reto social, cultural y político que dará pauta a la consolidación de la ecología comunicativa actual. Lo anterior, lleva consigo la exigencia cívica y mediata de un ecosistema plural que no direcciona solamente la balanza hacia los intereses económicos y comerciales, sino que logre armonizar la segregación discursiva del paisaje en sintonía con la ciudad heredada y la ciudad planificada.

En definitiva, el territorio físico, resignificado y vivido, continúa siendo el mensaje más poderoso en un mundo cada vez más virtual y simulado, frente al sentido de ciudad que se ha tenido por años. Pachuca intenta dejar de ser un espacio de tránsito y exclusión y se consolida como un espacio habitado por una pluralidad de gente, democrático y que se aferra a preservar dicha diversidad –y la de su ecosistema comunicativo– al reconciliar sus andares del sur, con los significados adquiridos en la zona centro y sus barrios.

Por lo anterior, se concluye que ante el proceso de globalización y su poder para homogeneizar el territorio físico y a sus habitantes, el mensaje sigue siendo lo más importante.

Referencias

- Aguirre, G. (2017) Ciudad, espacio urbano y comunicación. Prácticas y hábitos en la reinención de una conurbación. *Global Media Journal México*, 14(27), 79-106.
<https://www.redalyc.org/journal/687/68753898005/html/#:~:text=Sin%20duda%2C%20se%20est%C3%A1%20ante,consumo%20que%20hacen%20sus%20ciudadanos>.
- Ambientes Digital (s/f) Macromural de Pachuca. Recuperado el 27 de marzo de 2026.
<https://ambientesdigital.com/macromural-pachuca/>
- Augé, M. (1993). *Los no lugares. Espacios del anonimato: Una antropología de la sobremodernidad*. Editorial Gedisa.
- Benevolo, L. (1993). *Diseño de la ciudad, 1: La descripción del ambiente*. Gustavo Gili.
- Castells, M. (1998). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura* (Vol. 1). Alianza Editorial.
- Delgado, M. (2004). De la ciudad concebida a la ciudad practicada. *Archipiélago: Cuadernos de crítica de la cultura* (62) Dreamstime (s/f) Vista panorámica de la ciudad de Pachuca, Hidalgo, México XXII. Recuperado el 27 de marzo de 2026. <https://es.dreamstime.com/vistapanor%C3%A1mica-de-la-ciudad-pachuca-hidalgo-m%C3%A9xico-xxii-edificio-hist%C3%B3rico-central-universidad-aut%C3%B3noma-del-estado-ubicado-image233115883>
- El Universal Hidalgo (23 de julio de 2025). Gobierno de Hidalgo retomará control del estacionamiento del Estadio Hidalgo. <https://www.eluniversalhidalgo.com.mx/metropoli/gobierno-de-hidalgo-retomara-control-del-estacionamiento-del-estadio-hidalgo/>
- García Canclini, N. (1997). *Imaginario urbanos* (2.ª ed.). Eudeba.
- Gómez Mompert, J. L. (1999) La ciudad es el medio, el territorio es el mensaje. *Comunicar*, (13). <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801309.pdf>

- Gómez-Ullate, M. y González Manrique, M. J. (2014) Historia, urbanismo, imagen e identidad de la ciudad de Pachuca a través del tiempo en M. A. López Arandia (Coord.), *Ciudades y Fronteras, una mirada interdisciplinar al mundo urbano* (ss. XII-XXI). Universidad de Extremadura.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad: Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Amorrortu Editores.
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes: Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Ediciones Akal.
- Janoschka, M. (2002). El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización. *EURE* (Santiago), 28(85), 11-20. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612002008500002>
- La Jornada Hidalgo (19 de agosto de 2021) Aprueban creación de nuevo reglamento para conservar el Centro Histórico de Pachuca. <https://lajornadahidalgo.com/aprueban-creacion-de-nuevo-reglamento-para-conservar-del-centro-historico-de-pachuca/>
- Lindón, A. (2006). La espacialidad de la vida cotidiana. En A. Lindón, M. A. Aguilar, & D. Hiernaux (Coords.), *Geografías de lo imaginario*. Anthropos / UAM.
- Martín-Barbero, J. (1994). *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de la comunicación*. Fundarte / Ateneo de Caracas.
- Martínez, D. (1 de septiembre de 2015) *Macromural de Palmitas: con pintura también se combate la violencia*. CNN México. <https://web.archive.org/web/20151016221558/http://mexico.cnn.com/nacional/2015/09/01/macromural-de-palmitas-con-pintura-tambien-se-combate-la-violencia>
- Mela, A. (1994). *La città come sistema di comunicazioni sociali*. Franco Angeli.
- Monterrubio, A.L. (1995) *Arquitectura, urbanismo y sociedad en Pachuca*. México. Consejo Estatal de la Cultura y las Artes.
- Reguillo, R. (1996). *La construcción simbólica de la ciudad: Sociedad, desastre y comunicación*. ITESO / Universidad Iberoamericana.

Abstract: Since communication is essential in modern life, it is vital to apply a communicational perspective to the phenomenon of metropolises to understand our environments. Under the paradigm of the city as an information network and considering the shift from Mass Culture and Communication Societies to Information Societies, this work examines the «disseminated narrative» and the «interactive dynamics» of the city of Pachuca de Soto, Hidalgo, Mexico. This city traditionally possesses an identity constructed through orality and initially depended on mining, which today is experiencing a highly fragmented renewal through opposing scenarios that converge in the same space. Thus, the concept of a communicative ecosystem (Barbero, 1994) is not limited solely to technological media, but rather formulates a holistic vision of how culture is inhabited. This study examines the institutional representations of old spaces, as part of the traditional and cultural sector, in contrast to new complexes that appropriate the city's contemporary socioeconomic dynamics. Thus, today's inhabitants debate, reject, or accept this

version of their context, based on their shared memory and the social environment that gives meaning to their own reality.

Keywords: communicative ecosystem - collective memory - urban identity - Pachuca - symbolic construction

Resumo: Dado que a comunicação é essencial na vida moderna, é vital aplicar uma perspectiva comunicacional ao fenómeno das metrópoles para compreender os nossos ambientes. Sob o paradigma da cidade como uma rede de informação e considerando a transição das Sociedades da Cultura de Massas e da Comunicação para as Sociedades da Informação, este trabalho examina a «narrativa disseminada» e a «dinâmica interactiva» da cidade de Pachuca de Soto, Hidalgo, México. Esta cidade possui tradicionalmente uma identidade construída pela oralidade e inicialmente dependente da mineração, que hoje vive uma renovação altamente fragmentada através de cenários opostos que convergem no mesmo espaço. Assim, o conceito de ecossistema comunicativo (Barbero, 1994) não se limita apenas aos meios tecnológicos, mas formula uma visão holística de como a cultura é habitada.

Este estudo examina as representações institucionais de espaços antigos, como parte do sector tradicional e cultural, em contraste com novos complexos que se apropriam da dinâmica socioeconómica contemporânea da cidade. Assim, os habitantes de hoje debatem, rejeitam ou aceitam esta versão do seu contexto, com base na sua memória partilhada e no ambiente social que dá sentido à sua própria realidade.

Palavras-chave: ecossistema comunicativo - memória coletiva - identidade urbana - Pachuca - construção simbólica

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Raúl Arenas García. Es Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Actualmente es coordinador de Extensión de la Cultura del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades. Fue coordinador de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Se ha desempeñado como profesor en las siguientes asignaturas: Taller de Redacción, Tipos de Texto, Metodología de la Investigación, Guionismo y Edición de Video. Ha escrito varios artículos que tienen como línea de investigación, temas de educación, comunicación, arte y cultura, así como estudios de género. Algunas de sus participaciones profesionales más recientes son: ponente en el VIII Congreso Internacional de estudios sobre Medios de Comunicación, en la Universidad Complutense, de Madrid, España (2023) y el XVII Congreso Latinoamericano de Investigación en Comunicación. Desinformación, automatización y democracia: los retos de la comunicación, en Sao Paulo, Brasil (2024) y el X Congreso Internacional de Estudios sobre Medios de Comunicación “De la estética democrática a la cultura digital” en 11-12 Université Panthéon-Sorbonne, París, Francia (2025).