



CIUDADES POSPANDEMIA: LA NARRACIÓN DE HISTORIAS EN UN PODCAST DE ARQUITECTURA

RUTH RODRÍGUEZ CUADRADO ¹, PALOMA ÚBEDA MANSILLA ¹

¹ Universidad Politécnica de Madrid, España

PALABRAS CLAVE

*Comunicación
Ciudades
Narración
Emociones
Podcast*

RESUMEN

En este artículo se analiza el podcast Ciudades Pospandemia, con el objetivo de explorar el storytelling como recurso para conectar emocionalmente con la audiencia y transmitir contenidos sobre las transformaciones que experimentan las ciudades. Mediante una metodología de tipo cualitativo, basada en el análisis crítico del discurso, se ha realizado un estudio para determinar los elementos fundamentales que componen el storytelling en la arquitectura. Los resultados sugieren la existencia de un subgénero propio que se emplea para describir el desarrollo urbano y la importancia de la ciudad en la sociedad desde una nueva perspectiva sustentada en la construcción de emoción.

Recibido: 22 / 06 / 2025
Aceptado: 21 / 09 / 2025

1. Introducción

Why great architecture should tell a story? Este es el título de una charla TED presentada por el arquitecto alemán Ole Scheeren en septiembre 2015. En ella, el arquitecto apoyaba la idea de que la arquitectura y los edificios son espacios de historias, de historias de las personas que viven o trabajan allí y donde la experiencia desempeña un papel importante. Bruner (2006) recurre al aspecto lingüístico y cognitivo cuando mantiene que se ve sobre todo con palabras y relatos, como únicos escenarios posibles para lograr el reconocimiento de la realidad. De ahí que la ciudad pueda ser narrada, significada y percibida (Seguí de la Riva, 2006).

La pandemia ha influido en todos los ámbitos de nuestras vidas y los medios de comunicación han debido ajustarse a un nuevo modo de comunicar, así como a los formatos para hacerlo. Es precisamente en este horizonte temporal cuando el fenómeno del podcast, compuesto por audios digitales, ha tomado un mayor impulso. Este formato, evolucionado de la radio, se ha convertido en un importante generador de contenidos durante dicho periodo. Según datos de Deloitte, el consumo de podcasts ha crecido un 25% en España desde la llegada del COVID (Entrialgo, 2022). Consecuentemente, la comunicación arquitectónica y las nuevas tecnologías que le dan soporte también han evolucionado. Por ello, la palabra transmitida por audio se configura como un nuevo lenguaje digital empleado por los medios y plataformas para hablar del diseño urbano, la arquitectura sostenible, la restauración arquitectónica, edificios inteligentes, etc.

Dado que el objeto de este estudio va a ser la palabra hablada, con el podcast adquiere especial importancia la capacidad de escuchar, determinante en unos momentos en los que la imagen es la fuente prioritaria de comunicación. En este sentido, en una entrevista, Norman Foster (En Huete, 2019) dice «El diseño está muy relacionado con la gente, con la comunicación, la motivación y quizás lo más importante con la capacidad de escuchar»¹. Como Brandt (2011) señala respecto a la escucha en la arquitectura, en el ser humano esta capacidad:

ha sido diseñada para la lucha o para la huida. Por ello ahora vivimos nuestras vidas en general habiendo aprendido a no escuchar. Allí donde en otro tiempo el mundo nos hablaba en mil voces llenas de sentido, ahora [...] es un ruido de fondo monótono. (Brandt, 2011, p. 299)

En la actualidad, la técnica de contar historias se abre camino en los podcasts de arquitectura, diseño y urbanismo. Seguí de la Riva (2006) explica que «es común entender las ciudades como textos cuyos caracteres son las vías públicas y los edificios, que pueden ser leídos de maneras precisas por aquellos que conocen sus historias» (p.4).

Es indiscutible que en los últimos años ha ido en aumento la producción científica que indaga en el *storytelling* en la arquitectura tanto en español (Balaguer Germán, 2022; Lus Arana, 2019; Rubio Gutiérrez, 2020) como en inglés (Emmons et al., 2017; Lupton, 2017; Tonellato, 2019), pero lo hacen, sobre todo, desde el plano de la narración visual. Sin embargo, los estudios que se centren en la narración verbal de historias urbanas y la emoción desde el prisma del discurso oral de la arquitectura y la ciudad en el podcast son prácticamente inexistentes.

Este artículo pretende ser de interés en la búsqueda de nuevos enfoques y aproximaciones con relación a esta técnica. Consideramos que los estudios del *storytelling* a nivel discursivo, dentro de esta disciplina, son importantes para mejorar la comunicación de la arquitectura a la sociedad. Tras la pandemia, queda latente la necesidad de repensar la arquitectura y la ciudad desde formatos como los podcasts y sus maneras de narrar. Es por ello por lo que, a pesar de que en España ya existía una oferta considerable de podcasts de arquitectura, urbanismo y diseño, han aparecido nuevos programas como *Arquitectura Sostenible* (2021); *Cómo suena un edificio* (2021); *la Gran D* (2021); *Después de todo, la ciudad* (2022), entre otros.

La hipótesis principal de este trabajo es que el *storytelling* posee unas características diferenciadoras en el podcast de arquitectura analizado respecto al empleado en otras especialidades y en otros medios de comunicación. Esto se manifiesta a través de unos recursos narrativos específicos, donde la emoción adquiere un papel fundamental en la transmisión del mensaje. Dicha investigación se centrará en el

¹ <https://www.innovaspain.com/anuario2019/norman-foster-foundation/>

análisis del podcast *Ciudades Pospandemia*, una iniciativa promovida por el MUSAC, Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León² en el año 2020.

2. Objetivos

Con respeto a su objetivo principal, este trabajo busca profundizar en la palabra como creadora de historias y emociones en el podcast de arquitectura.

Junto con el objetivo principal, se encuentran los objetivos específicos enumerados a continuación:

1. Seleccionar y crear una muestra de episodios de podcast significativa para este estudio.
2. Identificar la presencia del *storytelling* en los episodios seleccionados.
3. Determinar y describir los elementos que componen el *storytelling* en la arquitectura y el urbanismo.
4. Analizar el contenido del relato con información relativa a su temática, el mensaje, y los recursos empleados para crear emoción.

3. Una aproximación al *Storytelling*

El arte de contar historias se remonta a la prehistoria, cuando ya el ser humano empezaba a dibujar pinturas rupestres en las cavernas para transmitir sus vivencias y su conocimiento a las generaciones posteriores (Díez Oronoz, 2016). En la actualidad, el *storytelling* ha ido evolucionando y cambiando según las necesidades de la sociedad.

Este término anglosajón se utiliza principalmente en el campo del marketing y la comunicación como un mecanismo para mejorar las habilidades orales y conseguir atraer y persuadir a la audiencia.

Con respecto a la tipología textual, el *storytelling* tiene unos rasgos comunes al texto narrativo, sin embargo, posee también unas características diferenciales, como la persuasión, la estructura o la manera de generar impacto en la sociedad. Para reafirmar la importancia actual del *storytelling*, la literatura revisada ayudará a comprender sus particularidades.

El *storytelling* es el arte de contar una historia por medio del empleo de un lenguaje sensorial de tal forma que la audiencia pueda interiorizar, comprender y empatizar con dicha historia (Fabella, 2018). Por su parte, Núñez (2007) señala que es: «una herramienta de comunicación estructurada en una secuencia de acontecimientos que apelan a nuestros sentidos y emociones» (p.17). Galar Gimeno (2021) concibe el *storytelling* como el empleo del relato en forma de cuentos, parábolas, alegorías u otras figuras retóricas donde la experiencia personal es fundamental en la construcción de dicho relato. Para este autor el *storytelling* se da en el acto comunicativo con la finalidad de persuadir y dando lugar a las emociones para obtener un aprendizaje. Por último, Mariottini (2021) recupera el razonamiento de Lämsä y Sintonen (2006) y señala que: «Las historias son fáciles de entender y recordar, además establecen un terreno común para generar un sentido de empatía desde una posición cognitiva y emocional y, por consiguiente, ayudan a entender las experiencias de otros [...]» (p.297).

Este mecanismo tiene el reto de atraer y conmover al oyente a través del uso de las palabras. Conviene centrar este tema en la afirmación de Ponce Pascual (2021) en el que incluye también la dimensión visual, ya que sostiene que: «el *storytelling* es un gran aliado para construir una unidad visual y verbal» (p.2). Otros autores como Atarama Rojas et al. (2018) opinan que el *storytelling* es capaz de sintetizar múltiples mensajes en una misma historia, con lo que se consigue un solo mensaje capaz de generar una conexión estrecha con las personas.

La técnica de contar historias engloba un tema actual y transversal, que comienza a explorarse aplicado a muchos ámbitos. Es decir, existe una variedad de temáticas y contextos donde se dan estas historias, pero lo común a todas ellas es que se escriben a partir de una perspectiva personal y que transmiten un contenido emocional (Alonso et al. 2015). En este sentido, Vizcaíno (2017) investiga el *storytelling* publicitario, Rodríguez Álvarez (2014) se centra en esta técnica aplicada al derecho, mientras que D'Adamo y García Beaudoux (2012) hablan de *storytelling* y el relato político. Además, recientemente se ha investigado el *storytelling* en el campo de la medicina al tratarse de un medio poderoso para despertar emoción y comprensión entre las personas (Getchell et al., 2023).

² Es posible acceder a los episodios del podcast a través de Spotify: <https://open.spotify.com/show/77WjScmYpg1WKt0ANuPZgt>

Se podría decir que el auge del *storytelling* pueda deberse a tres factores: la capacidad de la técnica para emocionar y persuadir; la existencia de una audiencia que demanda esta estrategia en tiempos de pospandemia; y un medio digital (el podcast) proclive al uso de este tipo de mecanismo.

3.1. El storytelling en la divulgación arquitectónica y urbana

Recientemente hemos atravesado momentos de «vulnerabilidad emocional» (Mariottinni, 2021, p.294) donde es imprescindible hacer llegar mensajes optimistas desde múltiples formas. En este sentido el *storytelling* arquitectónico construye un mensaje que ya no solo consiste en información, sino que es una forma en la que el oyente puede sentirse identificado con los sentimientos y valores que esconde.

En los últimos años han surgido también numerosas publicaciones sobre la arquitectura y el *storytelling* desde diferentes escenarios. La vertiente más estudiada es aquella que asume que la arquitectura en sí misma puede contar historias a los receptores. De esta forma, se encuentra la narración visual como método de comunicación en el ámbito del diseño arquitectónico (Kepczynska-Walczak, & Walczak, 2021). Sin embargo, su estudio a nivel discursivo está minimizado en las discusiones sobre el diseño del espacio urbano en los medios de comunicación; por lo tanto, es necesario ponerle un mayor énfasis no sólo a este tipo de discusiones sino también al relato de las experiencias de personas del ámbito del urbanismo, la arquitectura y el diseño comprometidas con los desafíos y las urgencias que exige la sociedad.

En el siglo pasado, Rem Koolhaas fue uno de los primeros arquitectos en desarrollar la unión entre creación-comunicación. Su primera obra titulada *Delirious New York* (1978) es, según el arquitecto, un «manifiesto retroactivo» donde narra la historia del nacimiento de la ciudad de Manhattan a partir de lo que denomina «La cultura de la congestión». Con ella, según diversos autores, trata de resaltar la complejidad y la vitalidad de la vida urbana. Como nos explica Saunders (1997), las narraciones sobre ciudades del arquitecto neerlandés tratan de comunicar percepciones poéticas de realidades fundamentales subyacentes.

Los estudios de la narración visual en arquitectura cubren una amplia gama de dimensiones que incluyen la ciudad, los proyectos arquitectónicos o los collages urbanos, entre otros. La arquitectura se enfrenta a técnicas de representación que presentan el diseño arquitectónico a través de una narrativa atractiva. Concretamente, el *collage* es una solución gráfica capaz de llevar al interlocutor a la comprensión del proyecto a través de una representación intuitiva (Amendola et al., 2023); o también se encuentra la narración de historias y la arquitectura del hogar (Pollara, 2022).

Balaguer Germán (2022) recalca que «desde los comienzos de la arquitectura, esta ha sido representativa de algo y ha tenido fuertes intenciones comunicativas, ya sea para expresar una situación de poder, la importancia espiritual, o una narración» (p.8). Se han hallado diferentes investigaciones en el campo de la narrativa arquitectónica tanto en lengua española (Balaguer Germán, 2022; Lus Arana, 2019; Rubio Gutiérrez, 2020) como en lengua inglesa (Emmons et al. 2017; Lupton, 2017; Tonellato, 2019). Tonellato (2019) analiza la importancia y el significado de la narración de historias en la arquitectura, y Emmons et al. (2017) profundizan en la convergencia entre arquitectura y *storytelling* desde sus aspectos culturales, temporales y geográficos.

Alda Quintana (2020) insiste en la importancia del relato arquitectónico de la siguiente forma: «[...] narrar y proyectar son acciones conectadas. Ambas son en esencia una red de recuerdos reales y ficticios que interconectan para dar a luz un mensaje con sentido» (p.69). Finalmente, y en esta línea, son también especialmente interesantes las palabras de Vázquez Saavedra, (2019) cuando afirma que: «un proyecto si no se piensa para ser contado, siempre se quedará a medio camino» (p. 11).

4. La emoción en la arquitectura

Probablemente las siguientes palabras de la escritora Maya Angelou nos lleven a replantearnos el poder que tiene la emoción en la comunicación dentro de distintos ámbitos (Austen Douglas, 2019) «He aprendido que la gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará cómo le hiciste sentir» (p.VI)³.

³ Traducido del libro: *928 Maya Angelou Quotes* (2019): «I've learned that people will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them feel» (p. VI).

La asociación entre emoción y arquitectura ha sido abordada por diversos autores, siendo el más conocido Mathias Goeritz (1953), precursor del movimiento conocido como Arquitectura emocional. Goeritz integró su discurso en el *Manifiesto de la Arquitectura Emocional* publicado el 7 de septiembre de 1953. En él, el arquitecto mejicano de origen alemán expresaba lo siguiente: «Sólo recibiendo de la arquitectura emociones verdaderas, el hombre puede volver a considerarla como un arte». Con su defensa de una noción del arte y de la arquitectura como un «reflejo espiritual del hombre en su tiempo»⁴ (Goeritz, 1953), Goeritz puso en práctica una mirada hacia la emocionalidad y hacia las personas.

Desde diferentes ámbitos disciplinares, múltiples autores han reflexionado sobre el papel central que desempeña la emoción en la construcción de la ciudad, de los espacios y en la forma de vida de la ciudadanía. Le Corbusier definía la arquitectura de la siguiente manera: «Arquitectura es cosa de arte, un fenómeno de emociones, que queda fuera y más allá de las cuestiones constructivas. El propósito de la construcción es mantener las cosas juntas y el de la arquitectura es deleitarnos» (Sánchez Blasco, 2013). Frente a esta realidad, en una entrevista concedida a Romullo Baratto (ArchDaily) con motivo de la publicación del libro *The emotional power of space* (2023), Ila Bêka y Louise Lemoine expresaron la gran dificultad de llevar a cabo esta obra:

Traducir en palabras algo que se siente es extremadamente complejo. Tuvimos que luchar contra la racionalidad del lenguaje, que es tan fuerte, para encontrar una forma de hacer preguntas que abrieran el campo de la emoción y la memoria en lugar de conducir a un análisis conceptual frío. (Bêka y Lemoine, 2023)

Esto mismo se puede ver plasmado en las afirmaciones de Fernández Pérez (2021), en las que señala que: «Cambiar el rumbo de la arquitectura para que se comiencen a proyectar edificios que tienen en cuenta al cuerpo y su sensibilidad [...] es una tarea compleja pero demandada por la sociedad» (p. 91).

5. Metodología

La metodología empleada en este trabajo es la que ofrece el Análisis Crítico del Discurso (Van Dijk, 2016), ya que aborda el texto desde la perspectiva de la solución de temas sociales, culturales e incluso filosóficos, entre los que también tiene cabida la arquitectura; es, por tanto, de tipo cualitativo. Se asumirá que el discurso es el transmisor de la intención de los emisores y del poder de un mensaje para la acción. Esta metodología constituye una técnica necesariamente interpretativa.

Asimismo, este enfoque se ha combinado con aspectos del análisis de la emoción en el Discurso (Alba-Juez & Lachlan Mackenzie, 2019). Por lo que, dentro de este tipo de estudio, nos centraremos en el análisis de narrativas y el análisis retórico enfocado hacia la emoción. Dicho enfoque nos ayudará a analizar los rasgos del *storytelling* en la muestra seleccionada, identificar cuáles son los componentes que estructuran el relato arquitectónico, así como las estrategias para construir la emoción dentro del podcast.

Tras la escucha y la transcripción de los episodios, se determinaron aquellos párrafos que reunían las características que hacen que una narración pertenezca al género del *storytelling*, como la existencia de una determinada estructura o elementos. Algunos episodios constituían en su totalidad una historia, mientras que en otros aparecía entre parte de la narración o el diálogo.

Con este enfoque del análisis crítico del discurso, desde el punto de vista del uso de la lengua, nos centraremos en tres aspectos principales: la estructura y los elementos formales (inicio, personajes, desarrollo de los acontecimientos, conflicto y desenlace), el contenido (la temática y el mensaje), así como la manera en que se crea la emoción. Por último, se hará una clasificación en función del contenido y el propósito de las historias.

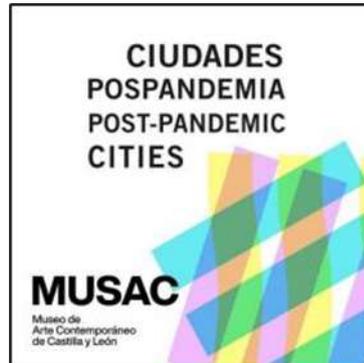
5.1. Caso de estudio: Ciudades Pospandemia

Para esta investigación se han analizado cuatro episodios del podcast *Ciudades Pospandemia* (Figura 1). Los criterios de selección de dicho podcast fueron su carácter innovador, el tratamiento de diferentes

⁴ Goeritz, M. (1953, septiembre, 7). Manifiesto de Arquitectura Emocional, 1953. El Eco. <https://eleco.unam.mx/manifiesto-de-la-arquitectura-emocional-1953/>

aspectos que influyen en la conformación del espacio urbano, su preocupación por los aspectos sociales y finalmente, por su propósito divulgativo, donde se busca llegar a un amplio espectro de audiencias.

Figura 1. Portada del podcast *Ciudades Pospandemia*



Fuente: <https://open.spotify.com/show/77WjScmYpg1WKt0ANuPZgt>

El podcast de arquitectura *Ciudades Pospandemia* (véase Tabla 1) irrumpe en 2020 y graba su último episodio en marzo de 2022 con una periodicidad mensual. Constituyó un proyecto del Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC) que indagó «en el impacto que las formas de habitar tienen en la salud» (Web de *Ciudades Pospandemia*). Se estrenó con el episodio *Ciudades Pospandemia. Kristine Guzmán*. Fue realizado por Kristine Guzmán, arquitecta y coordinadora general del MUSAC hasta el 2022, y por Eneas Bernal, comisario de exposiciones y gestor cultural del MUSAC. Su objetivo fue presentar las reflexiones de personas del ámbito de la arquitectura, el urbanismo o la creación contemporánea sobre los efectos de la crisis del COVID-19 en las ciudades, así como crear entornos más vivibles. En cada episodio intervino uno o varios personajes del mundo de la arquitectura, el diseño y el urbanismo, que adquirirían el papel de narrador o narradores. Todos ellos eran arquitectos y artistas participantes en la colección *Arte y Arquitectura MUSAC*. No se utilizó el formato de la entrevista, sino que se inclinaron por el monólogo o el debate. En cuanto a la temática, se dio protagonismo a asuntos como la adaptabilidad de la vivienda tras el confinamiento, la diversidad, el urbanismo colectivo o la ciudad del futuro. Cada episodio daba comienzo con la entrada: «Entre la salud y las formas de habitar existen estrechas relaciones. Nos lo cuentan en *Ciudades Pospandemia*» (Web de *Ciudades Pospandemia*). Se pueden acceder a los contenidos desde Spotify e iVoox.

Tabla 1. Ficha del podcast objeto de estudio

Nombre del podcast	<i>Ciudades Pospandemia</i>
Institución promotora	Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León
N.º de episodios totales grabados	24
Episodios seleccionados, fecha y duración	<i>Ciudades pospandemia. Kristine Guzmán</i> Episodio 0, mayo 2020 20:30:00
	<i>Una línea afectiva. Mauro Gil-Fournier</i> Episodio 11, abril 2021 18:45:00
	<i>La nueva diversidad. María Gironza</i> Episodio 12, mayo 2021 18:13:00
	<i>Adaptabilidad en la Vivienda tras el confinamiento. Latitud 40</i> Episodio 22, marzo 2022 19:36:00

Fuente: Elaboración propia, 2024.

6. Análisis y Resultados

A continuación, se presentan los resultados de aquellos episodios en los que se ha hallado el *storytelling*. Primero, se ofrecen los datos relativos a la estructura y los elementos formales que constituyen el *storytelling*, para posteriormente abordar el contenido, con datos sobre su temática, mensaje, y los recursos empleados para generar emoción. Además, posteriormente se propondrá una tipología propia para los casos estudiados basada en su contenido.

6.1. Estructura y elementos formales característicos de la muestra.

Los episodios transcritos se sometieron a un análisis pormenorizado para determinar qué párrafos reunían las características que hacen que una narración pertenezca al género del *storytelling*, como la existencia de una determinada estructura.

Los elementos que podemos calificar como propios del *storytelling* en este podcast de arquitectura aparecen expuestos en la siguiente tabla (Tabla 2).

Tabla 2. Elementos hallados en el *storytelling* de arquitectura

Inicio: contexto	Personajes: héroes	Desarrollo de los acontecimientos	Conflicto	Desenlace	Mensaje
Tiempo y lugar	Arquitecto/a Arquitectura	Creación de un Proyecto, un diseño urbanístico	Problema al que se enfrenta el arquitecto/a	Abierto/Cerrado	Moraleja, enseñanza

Fuente: Elaboración propia, 2024.

El primer elemento, el inicio, establece el contexto. En él se ofrecen datos sobre el lugar y el tiempo en los que se desarrolla la historia.

El segundo, esencial en el *storytelling*, son los personajes, indispensables por tener que cumplir el objetivo de la narración, que es una superación. Pueden manifestarse mediante una persona (héroe o heroína, por ejemplo, el arquitecto o la arquitecta) o un ente abstracto o concreto (como la arquitectura, un proyecto arquitectónico o un diseño urbano). Estos personajes, en la mayor parte de las ocasiones,

son capaces de solucionar el conflicto presente, en lo que tienen cabida los problemas urbanísticos, sociales y de inclusión.

El tercero es el desarrollo de los acontecimientos, que es expresado a través de los marcadores temporales y se corresponde con la creación de un proyecto arquitectónico o el diseño de una ciudad. La presencia tan abundante de marcadores en la muestra supone una peculiaridad en la narrativa oral arquitectónica, así como el hecho de que la estructura es lineal, sin saltos temporales. El tiempo se vincula con el recuerdo y la memoria. Estos marcadores sirven para dotar de emoción al relato, ayudar al ritmo narrativo y a captar la atención del receptor. Gracias a ellos se toma conciencia de la duración de la historia, de la secuencia de sucesos, del presente, pasado y futuro.

El cuarto elemento lo constituye el conflicto: en él se presenta el problema al que tienen que enfrentarse los personajes. En la muestra siempre es de carácter social, como el problema de la vivienda o la necesidad de inclusión.

El quinto elemento es el desenlace, que puede ser abierto o cerrado. Un desenlace abierto puede generar unas expectativas que suscitan incertidumbre (emoción).

El último elemento es el mensaje que es lo que se quiere comunicar o transmitir. Suele emplearse en forma de moraleja o enseñanza.

Estos hallazgos concernientes a la estructura y los elementos del *storytelling* de la muestra se han detectado en tres de los cuatro episodios analizados. La excepción se encuentra en el episodio titulado *Adaptabilidad en la Vivienda tras el confinamiento. Latitud 40*, donde no se han detectado las características atribuibles al *storytelling*.

6.2. Análisis del Contenido: temática, mensaje y creación de emoción

A continuación, se ofrece el análisis del contenido íntegro de los tres episodios en los que se ha identificado la presencia del *storytelling*. Se prestará atención al tema central del episodio, al mensaje que se quiere transmitir, así como las estrategias para crear emoción en el discurso.

– Episodio 0: *Ciudades Pospandemia. Kristine Guzmán.*

En este episodio Kristine Guzmán desarrolla una historia sobre el poder de la arquitectura para la curación de la enfermedad desde el siglo XIX hasta la actualidad. *¿Cómo puede una pandemia influir en el diseño urbanístico de una ciudad?* se convierte en el interrogante para conectar e involucrar a la audiencia. A continuación, la narradora sitúa en otro contexto temporal y espacial a los oyentes. Primero, en la Revolución Industrial en París, Londres y Buenos Aires, ciudades que sufrieron el impacto de epidemias urbanas (Figura 2). Después, en el siglo XX en Ámsterdam (*Open-Air School for the Healthy Child*), Paimio (*Paimio Sanatorium*), hasta tiempos recientes en *L'Aquila* (Arquitectura de emergencia). Los protagonistas y héroes del relato son arquitectos como Le Corbusier, Neutra, Duiker o Alvar y Aino Aalto. En su desarrollo se enlazan microrrelatos sobre proyectos para mejorar las ciudades como la creación de bulevares, la modernización de sistemas de alcantarillado, el diseño de centros hospitalarios y el desarrollo de arquitecturas de emergencia ante terremotos o tsunamis. Unificada por el hilo de la enfermedad (el cólera, la tuberculosis), cada microrrelato añade un caso histórico que agrega valor a la historia general. El conflicto que se presenta en todos ellos es la enfermedad. En cuanto al mensaje, se pone de manifiesto que las pandemias han contribuido a que los arquitectos mejoren la vida de las personas. Se quiere transmitir la necesidad de un nuevo urbanismo que ponga en valor la vida y la salud.

El desenlace está conectado con el inicio de la narración, ya que Kristine Guzmán adelantaba que la pandemia nos daba la oportunidad de repensar el espacio urbano. Como si de un guion cinematográfico se tratara, la autora deja un final abierto suscitando incertidumbre. El oyente no sabe cómo termina el relato, ya que quedan por solucionar nuevas pandemias y nuevos conflictos. Aborda un tema muy sensible, universal, que puede generar empatía y conecta con una terrible experiencia muy cercana a la memoria colectiva.

Figura 2. Cita transcrita del episodio *Ciudades Pospandemia*. Kristine Guzmán.



Fuente: Elaboración propia, 2024.

– Episodio 11: *Una línea afectiva*. Mauro Gil-Fournier.

Esta historia está ambientada a mediados de abril de 2021, con la pandemia, en la casa de Madrid de Gil-Fournier (Figura 3). El fundador y director de «Arquitecturas Afectivas» convierte su experiencia cotidiana en ficción a través de un hilo conductor, «una línea que vincula una pequeña terraza del centro de Madrid con el pequeño pueblo de León» (Gil-Fournier, 2021). A partir de esta presentación identificamos al protagonista y héroe de la historia Toda la historia se narra en primera persona. También, Gil-Fournier expone cuáles son sus deseos, preocupaciones y miedos con la pandemia.

Figura 3. Cita transcrita del episodio *Una línea afectiva*. Mauro Gil-Fournier.



Fuente: Elaboración propia, 2024.

El conflicto lo constituye la deshumanización y la falta de conexión entre lo rural y lo urbano. En el desenlace, el narrador nos vuelve a llevar al comienzo de la historia, a la línea continua que conecta una terraza del centro de Madrid con un pueblo de León. Esa conexión es la solución al problema propuesta por el protagonista: «Un hilo que puede permitir que la ciudad, los pueblos y los territorios sean lugares vivibles en un futuro próximo» (Gil-Fournier, 2021). El mensaje de este episodio es que el diseño no existe si no está ligado a la vida del otro y a la naturaleza. La emoción en el oyente la consigue mediante el recurso retórico de la repetición constante del hilo conductor Madrid-León, la imaginación y con un mensaje optimista que se sustenta en lo que el arquitecto denomina «Arquitecturas afectivas».

– Episodio 12: *Nueva Diversidad*. María Gironza.

María Gironza, arquitecta y fundadora de «Cazapeonzas», narra sus vivencias a través de este episodio de podcast (Figura 4). La trama se configura como una sucesión de microrrelatos. Su inicio sitúa al oyente en la época en la que ella estudiaba arquitectura. Junto a Gironza aparece otro personaje, Carmen, una mujer en silla de ruedas que se enfrenta cada día a los obstáculos de la ciudad. La historia y el pensamiento de Gironza avanza. La arquitecta y protagonista cuenta una segunda vivencia, su trabajo en un centro de día con personas con discapacidad intelectual en Londres. Un tercer acontecimiento lo constituyen el embarazo de su hijo y la creación del proyecto «Cazapeonzas», que se ve interrumpido por la pandemia.

Gironza incorpora entre sus microrrelatos personales y profesionales el cuento *Buscar* de Olga de Dios. Su protagonista, «Bu», se pasa la vida buscando hasta que de repente algo inesperado le cae en la cabeza y aprecia todo lo que tenía delante. Esto hace que deje de buscar y empezar a disfrutar. El final del relato se concibe como una reflexión a vivir el presente y apostar por contextos de diversidad e inclusión. Se encuentra una semejanza con la fábula en la existencia de una moraleja cargada de léxico emotivo. La unión de los microrrelatos mencionados crea la historia de la vida de María Gironza en la que difunde el mismo mensaje que el álbum infantil: hay que dejar de vivir en una sociedad acelerada. Por otra parte, en todo acto comunicativo es necesaria la adaptación al registro, en el que es primordial el receptor. Un cuento infantil es cuanto menos inesperado en este contexto. Este choque podría generar en el oyente un sentimiento de rechazo, pero también la búsqueda de un sentido al existir la presunción de que todo acto comunicativo es relevante. La narración de acontecimientos reales, con claros rasgos de superación personal (experiencias), el optimismo y el humor son las herramientas empleadas para construir la emoción.

Figura 4. Cita transcrita del episodio *Nueva Diversidad*. María Gironza.



Fuente: Elaboración propia, 2024.

6.3. Clasificación del Storytelling en Ciudades Pospandemia

El análisis del contenido de la muestra nos llevó a determinar que en los episodios analizados se dan dos tipos de este subgénero de la comunicación oral arquitectónica, los cuales se han denominado: «*storytelling* histórico-urbanístico» y «*storytelling* mixto» (personal y profesional).

Por un lado, hemos hallado un *storytelling* histórico-urbanístico en el episodio *Ciudades Pospandemia*. *Kristine Guzmán*. La arquitecta hace uso de este tipo para trazar un recorrido temporal de diferentes acontecimientos. Así, en el episodio, se emplea la narrativa histórica para contar los momentos claves en torno a la respuesta arquitectónica y urbana en tiempos de pandemias.

Por otro, el mixto, en el que el aspecto personal y profesional están fuertemente vinculados. Los arquitectos cuentan anécdotas de su vida privada relacionadas con sus proyectos arquitectónicos. El empleo del «*storytelling* mixto, personal y profesional» se explica probablemente en que al arquitecto le es difícil desvincular la arquitectura de su propia existencia. Este *storytelling* se ha encontrado en dos episodios: *Una Línea afectiva*. *Mauro Gil-Fournier* y *La Nueva Diversidad*. *María Gironza*.

7. Conclusiones

A la luz de los resultados presentados, en este trabajo se ha detectado un predominio en el uso del *storytelling* en la muestra de episodios analizados sobre la ciudad. Además, ha sido posible determinar en ellos unas características diferenciadoras del *storytelling* en arquitectura con respecto a otras temáticas y formatos. Esto se manifiesta a través de unos recursos narrativos específicos, donde la emoción adquiere un papel fundamental en la transmisión del mensaje. Estas narrativas profesionales, y también personales, de los arquitectos involucran a los oyentes suscitando alusiones y sentimientos sobre el pasado, el presente y el futuro de sus ciudades. Además, en este podcast, los arquitectos apelan al recuerdo, a sus experiencias vitales, y a la imaginación para crear emoción.

En el contenido de los mensajes de las narraciones se ha encontrado una importante carga de valores morales y sociales apelando a los sentimientos, con una explícita preocupación por la mejora de las ciudades, de las condiciones de vida y de habitar de las personas, la inclusión social y el respeto por la cultura y la identidad de los pueblos. Se observa que al igual que en la arquitectura emocional, la fuerza del mensaje que se quiere transmitir en los episodios recae en las personas.

Por un lado, el análisis del contenido de la muestra nos llevó a determinar una serie de elementos que podrían ser prototípicos del *storytelling* para estructurar la narración (como se recoge en la figura 2 de este trabajo). Por otro, además, se hallaron dos subtipos de *storytelling* en la comunicación oral arquitectónica, los cuales se han denominado: «*storytelling* histórico-urbanístico» y «*storytelling* mixto» (personal y profesional).

Finalmente, los resultados hallados inciden en la necesidad de seguir indagando sobre la existencia de un *storytelling* propio de la arquitectura y la ciudad en el podcast divulgativo de esta especialidad, que constituye una técnica diferenciadora y, sin duda, con un gran potencial para narrar contenidos urbanos y generar emoción. Sin duda, los estudios en este campo serán muy atractivos y útiles para otros investigadores.

Referencias

- Alba-Juez, L. & Lachlan Mackenzie, J. (Eds.). (2019). *Emotion in Discourse*. John Benjamin Publishing Company.
- Alonso, I., Molina, S. & Porto, M. D. (2015). Multimodal digital storytelling: integrating information, emotion and social cognition. *Review of Cognitive Linguistics*, 11(2), 147-164. <http://dx.doi.org/10.1075/bct.78.10alo>
- Alda Quintana, M. V. de (2020). *Pensar, dibujar, comunicar: expresión y conocimiento arquitectónico*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad Politécnica de Madrid. <https://oa.upm.es/65658/>
- Amendola, R., Battistoni, M., Sorignani, C. (2023). Architecture beyond images, The storytelling in the collages of Fala Atelier. En D. Villa, D. & F. Zuccoli (Eds.), *Proceedings of the 3rd International and Interdisciplinary Conference on Image and Imagination*. Lecture Notes in Networks and Systems (Vol. 631). Springer.
- Atarama Rojas, T., Castañeda Purizaga, L. & Ojeda Benites, A. (2018). El storytelling y la condensación de historias en el mundo publicitario. *RIHUMSO*, 7 (13), 1-19.
- Austen Douglas, A. (2019). *928 Maya Angelou Quotes*. UB Tech.
- Balaguer Germán, E. (2022). *Arquitectura y comunicación: espacios narrativos*. [Trabajo Fin de Grado] Universidad Politécnica de Madrid. <https://oa.upm.es/70208/>
- Brandt, S. (2011). El sonido en medio. En D. L. Arenas & U. Fogué (Eds.), *Planos de (Inter)sección: materiales para un diálogo entre filosofía y arquitectura*, (pp.298-309). Lampreave.
- Baratto, R. (2023, mayo 15). *El poder de las emociones: ¿cómo nos mueve el espacio?* ArchDaily. <https://www.archdaily.cl/cl/1000925/el-poder-de-las-emociones-como-nos-mueve-el-espacio>
- Bêka, I. & Lemoine, L. (2023). *The Emotional Power of Space*. Bêka & Partners.
- Bruner, J. (2006). *Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva*. Alianza Editorial.
- D'Adamo, O. J. & García Beaudoux, V. (2012). Storytelling. El relato político. *Más poder local*, 9, 32-33.
- Díez Oronoz, I. (2016). *Storytelling: transformar datos en historias*. [Tesis de Máster] Universidad del País Vasco. <https://addi.ehu.es/handle/10810/19297>
- Emmons, P., Feuerstein, M.F. & Dayer, C. (2017). *Confabulations: Storytelling in Architecture*. Routledge.
- Entrialgo, D. (1 de marzo de 2022). Cuando el podcast suena, ¿dinero lleva? *FORBES*. <https://forbes.es/podcast/140880/cuando-el-podcast-suena-dinero-lleva/>
- Fabella, K. (23 de marzo de 2018). ¿Qué es el Storytelling? *VILMA*. <https://vilmanunez.com/que-es-storytelling/>
- Fernández Pérez, B. (2021). *Cuerpo y espacio: sensibilidad y emoción en el diseño arquitectónico*. [Trabajo Fin de Grado] Universidad Politécnica de Madrid. <https://oa.upm.es/66236/>
- Fuentes Farías, F. J. (2022). Empatía y arquitectura: una propuesta fenomenológica: Hacia una teoría enactivista del diseño urbano arquitectónico. *REVISTARQUIS*, 11(2), 149-164. <https://doi.org/10.15517/ra.v11i2.48075>
- Galar Gimeno, J.L. (2021). *El storytelling como técnica capaz de contribuir al aprendizaje a través del aumento del recuerdo inmediato y de la comprensión de las materias en alumnos universitarios*. [Tesis Doctoral] Universidad de Zaragoza. <https://zaguan.unizar.es/record/106302?ln=es#>
- Getchell, L.E., Reich, M., Allu, S., Woods, C., Atkinson, T., Beaucage, M., Stalker, L., Sparkes, D., Turner, C., L'Esperance, A., Burns, K., Elliot, M., J., Chiu, H., Rosenblum, N. D., & Sapir-Pichhadze (2023). Storytelling for impact: the creation of a storytelling program for patient partners in research. *Res Involv Engagem* 9, 57. <https://doi.org/10.1186/s40900-023-00471-0>
- Gil-Fournier, M. (abril, 2021). Una línea afectiva. Mauro Gil-Fournier. (Nº11) [Episodio de Pódcast]. En Ciudades Pospandemia. Spotify.

- Goeritz, M. (1953). Manifiesto de Arquitectura Emocional, 1953. *Museo Experimental el Eco*. <https://eleco.unam.mx/manifiesto-de-la-arquitectura-emocional-1953/>
- Guzmán, K. (Anfitrión) (2020-2022). *Ciudades Pospandemia* [Pódcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/show/77WjScmYpg1WKt0ANuPZgt>
- Huete, J. (2019) *Norman Foster Foundation: la capacidad de la arquitectura y el diseño para adelantarse al futuro*. INNOVASPAIN. <https://www.innovaspain.com/anuario2019/norman-foster-foundation/>
- Kepczynska-Walczak, A., & Walczak, B. (2021). Visual Storytelling as a Communication Method in Architectural Design Domain. En D. Di Mascio (Ed.), *Envisioning Architectural Narratives* (pp.322-332). University of Huddersfield. <http://dx.doi.org/10.34696/x3n-d030>
- Koolhaas, R. (1978). *Delirious New York*. Oxford University Press.
- Lämsä, A. & Sintonen, T. (2006). A Narrative Approach for Organizational Learning in a Diverse Organisation. *Journal of Workplace Learning*, 18 (2), 106-120.
- Lus Arana, L. (2019). Ficciones. De la arquitectura narrativa y las narraciones arquitectónicas al arquitecto como contador de historias. *Proyecto, Progreso, Arquitectura*, (20), 48-67. <https://doi.org/10.12795/ppa.2019.i20.03>
- Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
- Maluenda, I. & Encabo, E. (Anfitriones) (2022). *Después de todo, la ciudad*. [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/show/02slQew5Xb4qUm51MEnhjL>
- Mariottini, L. (2021). Argumentación y persuasión en los anuncios comerciales audiovisuales post-confinamiento el «storytelling». *Oralia: Análisis del discurso oral*, 24 (2), 293-320.
- Navarrete, S. (2020). Diseño basado en la evidencia emocional. Cuando lo subjetivo es lo que realmente importa. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (94). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi94.3896>
- Núñez, A. (2007). *Será mejor que lo cuentes. Los relatos como herramientas de comunicación Storytelling*. Barcelona: Empresa Activa.
- Pollara, M. (2022). «Folk» Home-Lore: *Storytelling and the Architecture of the Home*. [Tesis de Máster] Universidad de Nebraska. <https://digitalcommons.unl.edu/marchthesis/36>
- Ponce Pascual, L. (2021). *Storytelling. El uso de la narrativa para crear un universo de marca*. [Trabajo fin de Grado] Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/195204>
- Rodríguez Álvarez, A. (2014). El proceso es un cuento: el storytelling en la docencia del Derecho procesal. *Reduca (Derecho). Serie Derecho Procesal*, 5(1), 225-239.
- Rubio Gutiérrez, H. (2020). Narrar la arquitectura y la ciudad. Tendencias teóricas y metodológicas, en la segunda mitad del siglo XX. *Contexto: Revista de la Facultad de Arquitectura Universidad Autónoma de Nuevo León*, 14 (20), 15-29. <https://doi.org/10.29105/contexto14.20-2>
- Sánchez Blasco, L. (17 de mayo de 2013). Arquitectura es cosa de arte – Le Corbusier. Cosas de Arquitectos. *Revista digital de arquitectura*. <https://www.cosasdearquitectos.com/2013/05/arquitectura-es-cosa-de-arte-le-corbusier/>
- Sánchez Fúnez, A. & Callejón Chinchilla, M.D. (2017). Emoción y sensación en arquitectura como base para el diseño arquitectónico. *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación en Artes y Humanidades Digitales*, 13.
- Saunders, W.S. (1997). Rem Koolhaas's Writing on Cities: Poetic Perception and Gnomonic Fantasy. *Journal of Architectural Education*, 51(1), 61-71. <https://doi.org/10.1080/10464883.1997.10734747>
- Sayago, A. (Anfitrión) (2021). *Arquitectura Sostenible* [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/show/5WZu9A9BJLR7kHvmgBuM0K>
- Seguí de la Riva, F. J. (2006). *Arquitectura y narración*. Text en actes de congrés, Universitat Politècnica de Catalunya. Escola Tècnica Superior d'Arquitectura del Vallès. <http://hdl.handle.net/2099/2308>

- TED. (5 de febrero de 2016). *Why great architecture should tell a story? Ole Scheeren* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=iQsnObyii4Q>
- Tonellato, L. (2019). *Storytelling [in] Architecture: Approaching Relational Architecture*. [Tesis]. Carleton University, Ottawa. <https://repository.library.carleton.ca/concern/etds/2r36tz59b>
- Torrijos, P. (Anfitrión) (2021). *Cómo suena un edificio* [Podcast]. Spotify. <https://open.spotify.com/show/1v7UiGrPs2rEBinNyn8lIf>
- Van Dijk, T. (2016). Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Discurso y Sociedad*, 10(1), 137-162. <http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/230>
- Vázquez Saavedra, S. (2019). *Estrategias gráficas de comunicación en la arquitectura*. [Trabajo Fin de Grado]. Universidad Politécnica de Madrid. <https://oa.upm.es/56218/>
- Vizcaíno, P. J. (2017). *Del storytelling al storytelling publicitario: el papel de las marcas como contadoras de historias*. [Tesis Doctoral]. Universidad Carlos III de Madrid.
- Zabalbeascoa, A. (Anfitrión) (2021). *La Gran D*. [Podcast]. Spotify