

## Capítulo V

### El espacio público como fenómeno complejo

El presente capítulo pretende explorar el espacio público como el lugar en el que se manifiestan las problemáticas complejas de las ciudades modernas contemporáneas. Además, buscará mostrar los procesos mediante los cuales las personas perciben, representan y utilizan dichos espacios y a partir de ello construyen sus significados particulares, es decir, la manera en que *viven* el entorno humano. Esto con el fin de entender con más claridad los aspectos necesarios para abordar nuestro caso de estudio en el próximo capítulo.

Si bien lo observado en el capítulo anterior nos permite obtener un panorama general sobre la complejidad existente en las ciudades modernas contemporáneas, es en el espacio público donde los problemas sociales emergen y se hacen más evidentes, y es, como hemos

visto, en ese mismo lugar, donde convergen las disciplinas proyectuales encargadas de la construcción de los espacios públicos, tanto reales como imaginarios. Por ello, creemos esencial plantear el espacio público como el lugar ideal para abordar los problemas complejos de las ciudades desde nuestra perspectiva diseño transdisciplinar.

Así, en principio el espacio público puede ser considerado como un concepto jurídico, “un espacio sometido a una regulación específica por parte de la administración pública, propietaria o que posee la facultad del dominio sobre el suelo y que garantiza la accesibilidad a todos, además de fijar las condiciones de utilización y de instalación de actividades” (Borja, 2009: 27). Nora Rabotnikof por su parte, , sitúa a lo público como: 1. Lo que es de interés o de utilidad común, que atañe a lo colectivo, que concierne a la comunidad y por ende a la autoridad que de ella emana, contra lo privado como aquello que se refiere a la utilidad y el interés individual; 2. Lo que es visible y se desarrolla a la luz del día, lo manifiesto y ostensible contra aquello que es secreto, reservado, oculto; 3. Lo que es de uso común, accesible a todos, abierto, contra lo cerrado, aquello que se sustrae a la disposición de los otros. (1997: 17-21).

Por ello, como bien señala Borja, “la dinámica de la ciudad y los comportamientos de la gente pueden crear espacios públicos que jurídicamente no lo son, o que no estaban previstos como tales” (24). Algunos ejemplos de lo anterior son, cuando utilizamos las calles como canchas deportivas o las edificaciones abandonadas como puntos de reunión, o los espacios que se forman entre las edificaciones y los accesos a estaciones de transporte como espacios de comercio y entretenimiento [como en el caso de los mercados ambulantes y los músicos callejeros]. Por ello, la naturaleza del espacio público se define más “por el uso que se hace de él por los habitantes que por su estatuto jurídico” (27). Lo que, cabe

mencionar, debe ser considerado como algo central en cualquier proyecto de planeación del entorno humano. Así pues, el espacio público no es un espacio residual entre edificios, o un espacio considerado público por razones jurídicas, ni un espacio especializado al que se ha de asistir, como un museo. Hace falta *algo más* para que un espacio se convierta en un espacio público.

Para acercarnos a esto, Beatriz Cardona expone, que existen diversas actividades y relaciones sociales que propicia el espacio público como lo son: “Las actividades de intercambio colectivo, encontrarse con otros, conversar, jugar; de adquisición de bienes y servicios, comprar y vender; de bienestar individual, andar en bicicleta, pasear con la mascota y caminar entre otros” (42). Dichas actividades no son excluyentes sino que se dan simultáneamente en múltiples ocasiones en el espacio público.

De esta manera, Cardona citando a Signorelli (1999), explica que “mientras para el arquitecto lo construido se valora en términos funcionales; para los habitantes la valoración se hace en términos relacionales” (42), esto es importante porque mientras para el primero el espacio construido es el espacio de las funciones, para el segundo es el espacio de las relaciones. Por ello, según nos explica Sandra Utrilla, el valor del espacio público radica en “la utilidad que presta y en su capacidad de dar respuesta a las demandas que en él se generan haciendo posible que adquiera un valor significativo para sus usuarios” (7). Esto es de suma importancia si hablamos de generar arraigo entre los habitantes de una ciudad, incluyendo a aquellos que son excluidos o no son originarios de esta. A su vez, Utrilla explica –claramente siguiendo a Morin– que es en los espacios públicos donde se despliega la vida cotidiana y las relaciones con los sujetos y los objetos, por lo que para ella los espacios públicos pueden ser definidos como sistemas complejos, debido a que:

El espacio público exterior “es un tejido de componentes heterogéneos como lo son la sociedad, la arquitectura, la relación de los usuarios con los objetos (mobiliario urbano) inseparablemente asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple; es el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones que constituyen nuestro mundo fenoménico; de ahí que se presenta con los rasgos inquietantes de lo enredado, el desorden, la ambigüedad, la incertidumbre, de allí la necesidad de poner orden a los fenómenos rechazando el desorden, de descartar lo incierto, de clarificar, distinguir, jerarquizar, para inducir, influir en las relaciones sociales y la formación de un sentido de pertenencia (3).

Recordemos, que históricamente la plaza pública –en casi todas de las ciudades del mundo– se encontraba situada en el centro geométrico de la ciudad y que éste, era reconocido como punto de encuentro privilegiado para las expresiones culturales, sociales y políticas de sus habitantes. Aun cuando la plaza histórica en muchas metrópolis contemporáneas ya no corresponde al centro físico de éstas, cabe anotar que ésta todavía permanece latente como foco psicológico de gran parte de la comunidad. De ahí que en las ciudades latinoamericanas, según lo explica Setha Low:

La plaza era identificada como un espacio público preeminente, fuente y símbolo de poder cívico, con una larga tradición como centro cultural de la ciudad. En su interior y alrededores se localizaban los jardines y edificios más básicos para la vida social de la comunidad: la iglesia, representando el poder religioso, y los edificios gubernamentales, representando el poder político. El comercio estaba separado en otra área céntrica, donde tenían lugar las transacciones impersonales; sin embargo, con el tiempo los bancos y negocios, así como los teatros y restaurantes, han rodeado finalmente la plaza (2005: 2).

Sin embargo, como ya lo hicimos notar, en las ciudades modernas actuales, es posible observar el detrimento y desaparición de los espacios públicos tradicionales a causa de los procesos de globalización y privatización, reflejados en el “rediseño de plazas que fueron históricamente espacios públicos para actividades cívicas y discusiones sociales y políticas, con el fin de acomodar el turismo y los valores de clase media, lo cual excluye un gran número de usuarios tradicionales” (12). Pero también, esto sucede a partir de las nuevas formas de control social, como el patrullaje y la video vigilancia. Las plazas, espacios

cívicos de las ciudades latinoamericanas, están siendo cerradas, rediseñadas y reglamentadas en formas que restringen sus usos sociales y políticos tradicionales (1). Esto genera un problema debido a que:

[...] los espacios públicos urbanos son importantes escenarios para los discursos abiertos y las expresiones de descontento. Cuando surgen conflictos políticos y sociales, las plazas y otros espacios públicos constituyen un foro para resolver las ideas y valores en conflicto en un ambiente visible y sano (12).

Esta problemática compleja es resultado, según señala Borja, de un triple proceso negativo constituido por la disolución de los centros, la fragmentación física de la ciudad debida a las vialidades y la privatización (17), lo que conlleva a ciudades “físicamente segregadas, socialmente injustas, económicamente despilfarradoras, culturalmente miserables y políticamente ingobernables” (392), como lo fue el caso de la ciudad de Sao Paulo durante la década de los noventas del siglo pasado (14). De ello se desprende que en la actualidad parecería de alguna manera, que es necesario protegerse del espacio urbano, porque el espacio abierto es peligroso.<sup>145</sup> En las ciudades se imponen los centros comerciales como espacios públicos [aunque en realidad se trata de espacios privados de uso público] y los guetos residenciales que, mediante la contratación de empresas de seguridad evitan el acceso a cualquier persona ajena al lugar, polarizando y segmentando la sociedad. Así, en palabras de Borja:

El problema es que la libertad nos la ha de dar el espacio público, y hoy, hay temor al espacio público. No es un espacio protector ni protegido. En algunos casos no ha estado pensado para dar seguridad sino para cumplir con ciertas funciones como circular o estacionar, o es simplemente un espacio residual entre edificios y vías. En otros casos ha estado ocupado por las supuestas clases peligrosas de la sociedad: inmigrantes, pobres o marginados. El espacio público no provoca ni genera los peligros, sino que es el lugar en el que se evidencian los problemas de injusticia social, económica y política (23).

Por lo visto hasta aquí, hemos de sostener que el espacio público supone dominio público y uso social colectivo, en él se mezclan el espacio, los equipamientos y las personas. Su accesibilidad, es decir la capacidad de que cualquier ciudadano pueda tener acceso a él, se da a partir de la mediación de los muy diversos artefactos y objetos utilizados por las personas para experimentar el entorno humano, muchos de ellos desarrollados a partir de la intervención del Diseño. Asimismo, su valor recae en la intensidad y la calidad de las relaciones que éstos facilitan, así como en la fuerza mezcladora de diversos grupos y comportamientos y en su capacidad de estimular la identificación simbólica de los habitantes con el lugar que habitan, circunstancias en las que el diseño a través de la producción de artefactos, ocupa un lugar central. Además, el espacio público debe orientarse a lo multi-cultural, multi-facético, multi-funcional, multi-sensorial, multi recepional y multi-dimensional. En conclusión, sin importar los fines para los que el espacio público sea construido, éste debe centrarse en las personas y la complejidad de las relaciones sujeto-objeto-espacio-sujeto.

#### V.1. Percepción y apropiación del espacio público

El comportamiento de los habitantes de las ciudades modernas depende del mapa cognitivo que cada sujeto tiene sobre los espacios urbanos del lugar que habita [o visita]. Gran parte de dicho comportamiento, según Jan Bazant, “es repetitivo y regular, como ir en forma cotidiana al trabajo o a la escuela, o bien ir de manera periódica al mercado, a hacer deporte, al cine o a visitar amigos” (2008: 65). Así pues, con base a la cotidianeidad de nuestras actividades, como individuos vamos conformando un mapa cognitivo, un imaginario, mediante el cual entendemos y creamos relaciones con los lugares con los que

interactuamos día con día. De esta manera, desde nuestra experiencia cotidiana, conformamos nuestro propio mapa de la ciudad, resultado de la percepción y la memoria que construimos de ciertos lugares a partir de los atributos que estos tienen.<sup>146</sup> Sin embargo, es importante mencionar, que la manera en que dicho mapeo mental se construye, según Bazant, “es a través de modalidades sensoriales que percibimos en el espacio urbano” (69): visualmente a través de las formas, los colores y las texturas del entorno; auditivamente de acuerdo a ciertos sonidos propios de los lugares que frecuentamos, por ejemplo sonidos de *claxons*, agua de alguna fuente o ruido de alguna fábrica; mediante el olfato a través de olores propios del ambiente que puede ir desde el perfume de las flores en un parque al de los gases automotrices; a través del tacto mediante los cambios de clima y humedad que percibimos por la piel y finalmente; mediante el sentido del gusto a través de identificar ciertos lugares en los que nos gusta comer. Toda esta información explica Bazant, “se codifica y ordena dentro del proceso de mapeo mental que hacemos durante nuestro recorrido por los espacios urbanos” (69).

Sin embargo, si bien es importante lo anterior para entender que es a través de lo que Bazant llama mapeo mental que el sujeto construye una relación con los lugares propios de la ciudad que habita, esto es solo una parte de los mecanismos que le permiten desarrollar dicha vinculación y apropiarse de los espacios con que se relaciona.<sup>147</sup> La apropiación, entendida desde la psicología, según plantean Tomeu Vidal y Enric Pol –principalmente desde las visiones marxistas de Vigotski y Leontiev– se refiere a un “mecanismo básico del desarrollo humano, por el que la persona se apropia de la experiencia generalizada del ser humano, lo que se concreta en los significados de la realidad” (2005: 282). Es a través de la apropiación – derivada de la percepción del entorno – que la persona se hace a sí misma mediante sus propias acciones, en un tejido que abarca no solamente el contexto material

sino también el contexto sociocultural urbano. Así, es “a través de la acción sobre el entorno que las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su *huella*, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente; mediante la acción, la persona incorpora el entorno en sus procesos cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada” (284).



Fig. 16.- Representación del modelo sensorial de Bazant (Moreno, 2014).

El entorno al ser apropiado, desarrolla un papel fundamental en los procesos cognitivos, afectivos, de identidad y relacionales. Es decir, que el entorno deviene en relaciones que van mucho más allá de los aspectos funcionales de lo urbano, lo trascienden. Por lo anterior podemos plantear que el significado simbólico del espacio es desarrollado por las personas a través de dos procesos: la relación con los objetos que conforman el espacio cotidiano y la relación con otros individuos que a su vez utilizan dicho espacio. De este proceso dialéctico deriva la experiencia que se mantiene en dicho espacio y que crea los lugares simbólicos que conforman y refuerzan la identidad de quienes los habitan. Entender estos procesos es de gran importancia si tenemos la intención de construir espacios simbólicos que tengan en



cuenta estos aspectos y ello no puede lograrse sin el apoyo de la misma comunidad que los crea, los experimenta y los habita.

Siguiendo con lo anterior, el uso y la apropiación del espacio público se encuentra mediado según Cardona, por “la frecuencia y disfrute que se hace de él con fines recreativos, deportivos, de ocio y tiempo libre, de desplazamiento o actividades comunitarias en las que intervienen razones de tipo tanto intrapersonales y socioculturales como físico-ambientales” (40). Esto sucede, de acuerdo a Vidal y Pol, con base en tres componentes: las acciones cotidianas que las personas desarrollan en el lugar, las acciones orientadas hacia el lugar y las acciones orientadas hacia el futuro del lugar (293).



Fig. 17- Representación del modelo de Vidal y Pol (Moreno, 2014).

Estos componentes a los que se refieren Vidal y Pol se desarrollan a partir de las representaciones que los sujetos se forman en su vivenciar cotidiano. Nancy Díaz, Luciano Grassi y Cecilia Mainini, explican que dichas representaciones se desarrollan inicialmente de manera individual, a través de experimentar la cotidianeidad del día a día. La contracara del modo individual es el grupal, mismo que se desarrolla inicialmente en grupos cercanos y relativamente pequeños que constituyen el núcleo de la trama, como lo son la familia y los amigos. Le siguen aquellas relaciones que se dan con grupos de sujetos afines, aunque sin un lazo tan fuerte como el anterior, caracterizado por tener objetivos o tareas en común. Un tipo particular de relaciones en torno a estos grupos es aquel que se da con los compañeros de trabajo o en diversas comunidades sociales o religiosas. Por último, nos

encontramos con aquel tipo de relación que se da con el simple hecho de estar en un lugar, es decir, cuando nos encontramos en co-presencia de otros por el simple hecho de estar, sin un objetivo compartido que exceda el encuentro. Tal es el caso cuando usamos el transporte público o cuando paseamos por lugares que no son parte de nuestra cotidianeidad (2013: 7).

Así, entre más diversas sean las relaciones que se dan en un espacio, cuanto menos homogéneo sea, y cuanto más lugares cargados de significación y personalidad posea, mayor será el vínculo de la población con él. “El arraigo y la identificación que experimentan sus habitantes se traducen en una sensación de seguridad. El lugar les ampara, pues las personas han vertido en él su trabajo, sus vivencias e ideas lo han convertido, en cierto modo, en una prolongación de las mismas” (Cardona 45).

Sin embargo, como lo planteó Borja y como también lo plantea Vidal, siguiendo a Sennett (1970, 1973) y a Bauman (2001), en la actualidad existe un declive del espacio público, cuya principal característica es el desplazamiento de los asuntos públicos a la esfera privada y la ocupación de lo público por asuntos privados. Nos enfrentamos a la “desaparición de los espacios públicos tradicionales, espacios de discusión donde se genera el sentido y se negocian los significados, sustituidos por espacios de creación privada destinados a ser objeto de consumo” (284). Asimismo, la segmentación de la ciudad y la globalización, principalmente aquella relacionada con las tecnologías de comunicación, disminuyen la posibilidad de significación y apropiación del espacio y generan en su lugar la privación sensorial (Cardona 46). En otras palabras se limita la generación de topofilias.<sup>148</sup>

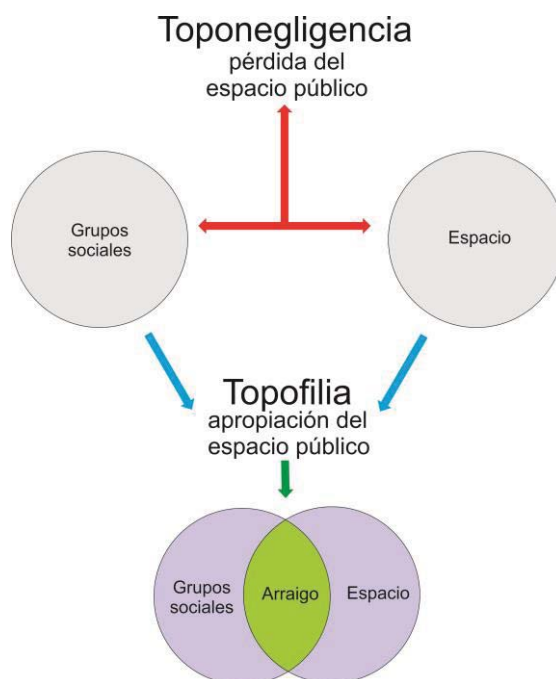


Fig. 18.- Imagen que ilustra la relación entre la pérdida y apropiación del espacio público en relación a los diversos modelos mostrados anteriormente (Moreno, 2014).

Para Cardona, siguiendo a Josan y Mata (1988), desarrollar topofilia por ciertos lugares es una necesidad. “Hay que involucrarse con el entorno, comprometerse con él cultivando el arte de habitar” (46). Sin embargo, lo que sugiere Cardona no es tarea fácil, ya que aunque el espacio público por su diversidad reúne todas las características de un sistema complejo (cfr. 17), éste no siempre es pensado, planeado o diseñado desde la complejidad que le caracteriza. Usualmente la planeación del espacio público se hace desde una perspectiva disciplinar en la que la participación del ciudadano y otras disciplinas suele ser ignorada. Asimismo, la ausencia de políticas públicas y la discontinuidad en las administraciones crea un problema estructurante en el espacio público (44). Esto genera como resultado problemas como la falta de espacios públicos y programas que respondan a las necesidades de la población, bajo nivel de desarrollo en cuanto al potencial de los entornos tanto naturales como construidos para la facilitación de diversas relaciones humanas [sociales, culturales, económicas, etc.] o la existencia de espacios de interacción

que la población no apropia, por lo que son rechazados y se deterioran creando otros problemas como el de inseguridad. Esto, según Cardona, conlleva a que “en lugar de ser el espacio público el producto de las lógicas socio-culturales, se evidencia más como el escenario del poder en el que se debate el conflicto y la hegemonía de los diferentes gobernantes” y agrega que “cuando no existen políticas públicas claras sobre el espacio público y voluntad política para desarrollarlas, el espacio público pierde la posibilidad real de constituirse en sistema estructurante urbano, espacio heterogéneo, potenciador de la calidad ambiental urbana, como escenario para el disfrute colectivo y para la participación democrática” (45). Esto sucede en parte, según lo plantea Robert Ezra, debido a que las personas que se encargan de planear la ciudad [urbanistas y gobernantes] son aquellas que se encuentran más ausentes – tanto física como moralmente – de la comunidad a la que pertenecen, son las que menos utilizan los espacios públicos que ellos mismos proyectan y construyen (1999: 101).

Sandra Utrilla sugiere que es posible desarrollar la capacidad de convivencia a través del Diseño, ya que éste puede crear espacios que favorezcan las relaciones sociales. Utrilla explica que “el espacio urbano, funciona como escenario donde se instalan los objetos que corresponden al mobiliario urbano, estos a la vez, facilitan las interacciones personales, sociales y culturales” (6). Si bien Utrilla se refiere aquí al diseño industrial en particular, es importante agregar que en gran medida el escenario del que se habla y en el que interactuamos cada día se encuentra conformado por la arquitectura, el diseño gráfico y el industrial, en la forma de espacios [lugares de interacción social], comunicación gráfica [herramientas para la comunicación y movilidad urbana, así como para la interacción social] y objetos [instrumentos para la interacción urbana y social]. Y que estos espacios

requieren para su construcción, como hemos mencionado repetidas veces, de la participación de diversas perspectivas, disciplinares y no disciplinares.

Por ello, debemos de valorar el espacio público, más que por criterios de funcionalidad, por aquellos de vivencialidad y apropiación. Debemos de pensar en la manera de establecer una dialéctica entre centralidades y movibilidades, entre los diversos espacios de flujo, en que estos se conviertan en espacios productores de sentido, lugares en que las personas puedan “sentirse orgullosas del lugar en que viven y ser reconocidos por otros” (Borja 393), lugares que permitan a los habitantes tener visibilidad e identidad.

Siguiendo lo que hemos visto hasta aquí, podemos afirmar que para desarrollar espacios para las personas y lograr que éstas desarrollen un apego hacia estos, que se apropien de ellos, requiere de la participación de al menos tres esferas: la disciplinar, la social y la política. En otras palabras, es necesario que diversas disciplinas, como por ejemplo, la arquitectura, el diseño urbano, el diseño gráfico e industrial, la psicología ambiental y social, la antropología y la sociología entre otras, se entrelacen para desarrollar proyectos en los que participen activamente los habitantes. Además, podríamos aprender mucho sobre el contexto urbano si tomamos en cuenta –siguiendo los principios del *design thinking* enfocados al diseño de productos que surgen directamente de las necesidades del usuario– por ejemplo, a la persona que todos los días reparte algún producto en la zona o del comerciante que todos los días se coloca en una esquina o de las personas de la tercera edad que se reúnen a platicar frente a una tienda y el sector público, quien debe ser promotor y no solo controlador, regulador y operador subsidiario, esto a partir de políticas públicas que transgredan los periodos gubernamentales. Es necesario que el Estado participe abiertamente, junto con otros actores sociales, en la construcción de espacios públicos *creativos*, es decir, espacios que difundan el ser cultural, la innovación y la interacción

social y no únicamente en la presentación de espectáculos culturales en que los ciudadanos sean observadores o usuarios pasivos. Así pues, desarrollar espacios públicos democráticos requiere una participación más allá de visiones segmentadas, más allá de la perspectiva del *Dios mirón* (De Certau, 2000). Requiere la participación de los diversos actores sociales que viven la ciudad, de las diversas perspectivas que la habitan. Construir la ciudad del siglo XXI es “tener un proyecto de ciudadanía, ampliar los derechos de tercera generación, al lugar y a la movilidad, a la ciudad refugio y a la identidad local, al autogobierno y a la diferencia, a la igualdad jurídica de todos los residentes y a la proyección exterior”. (Borja 395). Construir nuestro entorno es tarea de todos los actores sociales, es trabajo de sociólogos, psicólogos, diseñadores, gobernantes, obreros, mujeres, niños y ancianos, por nombrar algunos, sin importar su clase, oficio, ideología o conocimiento; si son parte del entorno, son parte del proyecto.

## V.2. Posiciones contemporáneas sobre cómo hacer ciudad a través del espacio público

¿Cómo el entorno puede contribuir a que la gente sea más enfermiza, gorda, más frustrada, antisocial, violenta, temerosa y cómo podemos hacer las calles más peligrosas e intransitables? Según Montgomery parece ser que esta es la pregunta que se han hecho hasta hoy planificadores urbanos, gobiernos y comerciantes al planear las ciudades (277).

Ninguna era de nuestra historia ha sido tan próspera. Nunca antes nuestras ciudades han hecho uso de tanto territorio, energía y recursos. Nunca antes el acto de habitar una ciudad ha demandado el lanzamiento de tantos gases invernaderos en nuestra atmosfera. Nunca antes ha habido tanta gente disfrutando del lujo de los bienes domésticos y de las movilidades. Pero sin importar cuanto hemos gastado en ciudades dispersas, éstas han fallado en maximizar nuestra salud y nuestra felicidad. Éstas son intrínsecamente peligrosas. Nos hacen engordar, enfermarnos, morimos más jóvenes. Hacen nuestras vidas más costosas de lo que deberían ser. Roban nuestro tiempo. Nos hacen más difícil conectarnos con nuestras familias, amigos y vecinos. Nos hacen vulnerables a las crisis económicas y aumentan inevitablemente

los costos de energía en nuestro futuro. Como sistema, han comenzado a poner en peligro tanto la salud de nuestro planeta como el bienestar de nuestros descendientes (314).

Como hemos observado a lo largo del presente capítulo, así como en el capítulo anterior, la situación de la ciudad actual se ve reflejada en la división y fragmentación social, el miedo y la exclusión, la insatisfacción de los ambientes físicos dominados en gran medida por los autos, la pérdida de espacios públicos, los problemas de movilidad y en la pérdida de la sensación de localidad, comunidad e identidad. Empero, a partir de la identificación de las problemáticas aquí mencionadas se han desarrollado algunos proyectos con el fin de generar cambios significativos en la calidad de vida de las personas, orientados hacia nuevos paradigmas que incluyen la sustentabilidad, la educación y la cultura, la competitividad, la equidad, la inclusión, la gestión y la planificación compartida, entre otros.<sup>149</sup> Expondremos brevemente aquellos que nos parecen útiles en el presente proyecto para plantear la necesidad de una visión Diseño-transdisciplinar para la construcción de espacios públicos que fomenten la inclusión, la seguridad y la identidad en las ciudades latinoamericanas.

El primero de estos proyectos, según lo explica Rubén Dávila, buscaba ofrecer un lugar seguro contra el proceso de segregación comunitaria y el automóvil como destructor [junto con sus sistemas] de la coherencia comunitaria, e incluso contra los mismos suburbios que tenían la intención de ser la alternativa contra el deterioro de las ciudades y los servicios públicos. Nos referimos paradójicamente al *mall* [centro comercial]. Se considera su creador al arquitecto austriaco Victor Gruen, quién construyó el primer centro comercial cerrado, el *Northland Center* en Detroit en 1954. Para Gruen, los suburbios urbanos modernos no tenían ni los valores de la comunidad rural ni los del entorno urbano. Las nuevas construcciones de los suburbios eran para él espacios áridos, habitados durante el

día básicamente por mujeres y niños, lugares que no contribuían necesariamente a fomentar un sentido comunitario y de intercambio social (108). En este sentido, para Gruen el centro comercial surgía como una medida frente al caos producido por la lógica del capital, con su desparramamiento urbano y como una forma de control de los movimientos que se desatan en esta dinámica. Se trataba de un doble movimiento: un marco para que pueda florecer la empresa comercial y unas fronteras que definan una vida *comunitaria* controlada. Gruen, explicaba en Shopping Towns U.S.A.: The Planning of Shopping Centers (1960) que:

Ninguna sociedad democrática puede florecer sin la ley y el orden, los cuales, al ser aplicados al entorno físico, requieren planificación. En una sociedad compleja y mecanizada la planificación del entorno físico salvaguarda los derechos humanos básicos. Al proveer las mejores condiciones para la salud física y mental, esta planificación protege la vida. Estableciendo fronteras contra la anarquía y las infracciones hostiles de las fuerzas tanto naturales como producidas por el hombre, protege la libertad. Mediante la creación de entornos humanos invita y estimula la persecución de la felicidad (en Dávila 109).

Gruen creía que el *mall* ofrecía un espacio seguro [delimitado por paredes y accesos controlados] donde uno podía pasar el tiempo con tranquilidad y comodidad en un ambiente placentero, conformado por bulevares adornados con plantas y fuentes, lugares de descanso y claro, rodeado de numerosas tiendas que ofrecían un estilo de vida del que se podía formar parte. Para Gruen, el *mall* generaba un sentido de comunidad a través de la convivencia con personas afines, generando una imagen de civilidad. El *mall* nació con la vocación de constituirse en el centro de la vida social y cultural de la ciudad. En él son convocados grupos de todas las edades, género y raza [con capacidad de consumo], se encuentra provisto con auditorios, salones de actos para actividades cívicas y culturales, escuelas de baile, de música y centros de entretenimiento. Para Gruen, el centro comercial pasa a ser el lugar de la restauración de la vida y su capacidad de acción, por tanto, su forma política (110).



Empero, contrario a lo que Gruen imaginaba, el *mall* se convirtió en el mayor símbolo del consumo, su templo, y desplazó a la plaza tradicional como lugar de encuentro a pesar de que no asumía las funciones del espacio público. El *mall* promovía la exclusión a partir de la exclusividad; en la entrada de cada centro comercial se podía encontrar un letrero que normalizaba el acceso de las personas: no entrar con patines, gorras, animales, etc. Al mismo tiempo, no cualquier comercio tenía cabida en el centro comercial, aquellos que podían degradar su imagen eran exiliados de él. En el *mall*, la vida se desarrolla a través de una lógica de consumo normalizada, en la que las personas se mueven a partir de itinerarios, circuitos y lugares de encuentro. Nos ofrece mediante la participación en el consumo, una identidad y un estatus reflejado a través de sus símbolos, las marcas. Además, nos muestra una nueva sociabilidad basada en la cortesía, la atención y el buen modo (180). Todo ello envuelto en un gran espectáculo que se renueva periódicamente y que nos invita a ser actores de él, de ser parte de esa comunidad, lo que es el máximo ejercicio del *brandscaping*, una imagen [falsa] de progreso [a través del consumo] para todos.<sup>150</sup> Lo anterior, fue capturado admirablemente por Aldous Huxley, en su obra, Un Mundo Feliz.

La dictadura perfecta tendrá la apariencia de la democracia, una prisión sin muros donde los prisioneros ni siquiera soñarán con la fuga. Un sistema de esclavitud donde, gracias al consumo y la diversión, los esclavos amarán su esclavitud.<sup>151</sup>

Este cambio en lo que el *mall* representaba para Gruen y la desilusión que constituyó en su intento de dar solución a los problemas urbanos lo llevó a plantear más tarde lo siguiente: “I am often called the father of the shopping mall. I would like to take this opportunity to disclaim paternity once and for all. I refuse to pay alimony to those bastard developments. They destroyed our cities” (Fitzpatrick, 2013).<sup>152</sup>

Sin embargo, de la idea de Gruen es destacable su intención de combinar la plaza como desarrolladora de la vida comunitaria y el comercio conviviendo en un mismo espacio geográfico.<sup>153</sup> Empero, habría que pensar en maneras distintas de organización que se centren más en el desarrollo de la comunidad y menos en el consumo desmedido. Los espacios urbanos necesitan del comercio como elemento estructural de la ciudad, por lo que tampoco se puede pensar simplemente en su exclusión, de ahí que surjan nuevos replanteamientos sobre la combinación de la plaza y el comercio como espacio para la convivencia como es el caso de los *Business Improvement Districts* (BID). Jerry Mitchell, expone que este modelo se popularizó y extendió a multitud de ciudades a partir de 1990.<sup>154</sup> El atractivo de los BID, es su capacidad de hacer los lugares en los que se desarrollan más atractivos, seguros, limpios y comerciales (2009, 3). Un BID se puede definir como una asociación entre entidades públicas y privadas en la cual los negocios de un área definida pagan una fianza o incremento en sus impuestos a cambio de mejoras pactadas en la zona. Éstos proveen de servicios a su entorno como la limpieza de calles, mayor seguridad e inversiones de capital para los negocios o marketing, y los servicios que promueve son complementarios a los del ayuntamiento o entidad municipal. A diferencia del *mall*, el BID mezcla espacios públicos con espacios privados y su extensión puede variar desde unas cuantas calles a varias millas con cientos de estructuras comerciales. En ellos se encuentran usualmente: bancos, restaurantes, tiendas varias, oficinas de gobierno, parques comunitarios, museos y residencias y casi siempre cuentan con espacios para el desarrollo de actividades públicas, además de *lugares de ciudad* que no se encuentran en el *mall*, como por ejemplo, las paradas de autobús. Aparte de lo anterior, el BID brinda libre acceso a todos durante el día y la noche sin importar si tienen un propósito o no (4). Un buen ejemplo en la Ciudad de México es la Zona Rosa, que se extiende desde el Bosque de

Chapultepec hasta el Centro Histórico. En dicha zona se encuentran localizados infinidad de negocios, zonas públicas y residenciales, además de contar con diversos atractivos como el Paseo de la Reforma, el Ángel de la Independencia y la Alameda Central en los que se desarrollan diversos espectáculos y actividades públicas durante el año.

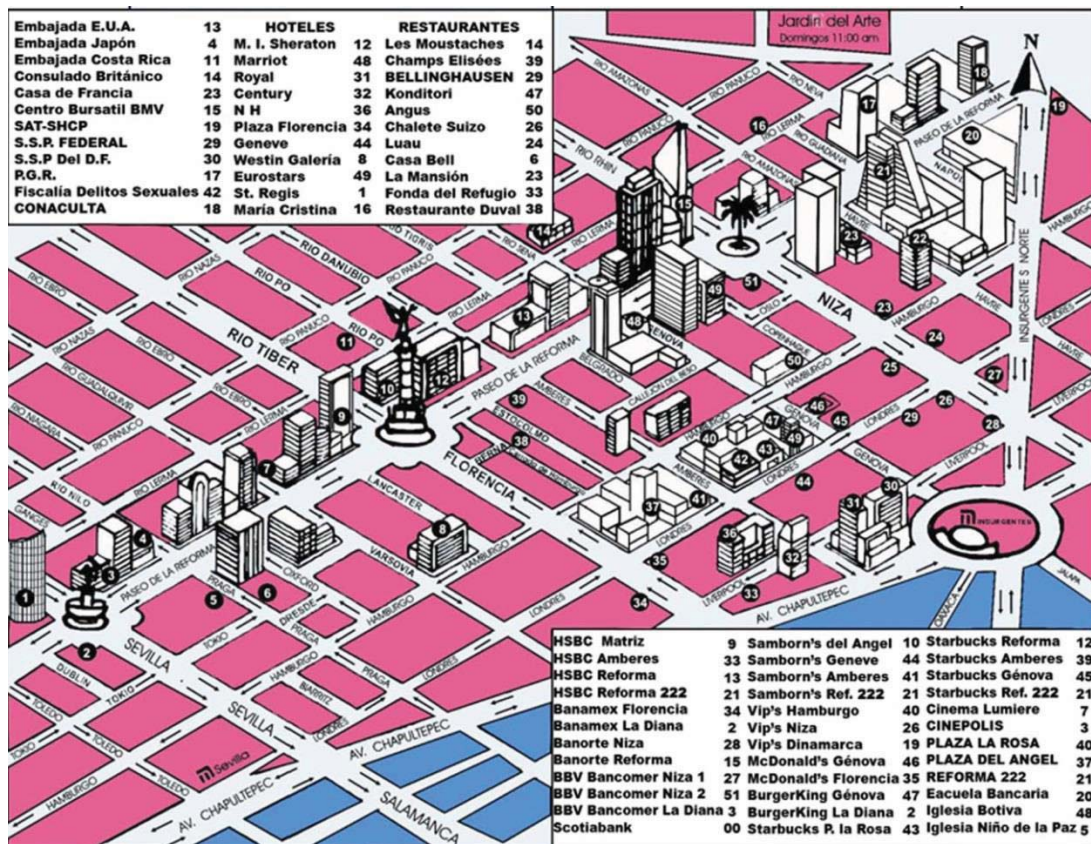


Fig. 19.- Mapa que muestra la ubicación de la Zona Rosa en el Distrito Federal de la Ciudad de México y un listado de los comercios y sitios más relevantes, en <http://zonarosacorazonciudad.blogspot.mx/p/contacto.html> consultado el 01 de Agosto de 2014.

Según Jerry Mitchell, los BID cumplen con dos grandes objetivos: integran el espacio público con el espacio privado y sirven para dar voz a los lugares públicos y así, servir de conexión entre gobierno, comercio y público (5). Si bien los beneficios que desarrollan los BID's: actividades de promoción, publicidad y marketing, regulación del espacio público, mejoras físicas, diseño urbano, e incluso en algunos casos, servicios sociales, son indiscutibles, debemos tener en cuenta que éstos, al igual que el mall, se rigen por los

agentes privados comerciales, quienes ostentan la capacidad de decisión por sobre los residentes, usuarios y actores del entorno urbano, por lo que se podrían considerar poco democráticos. Estos entornos continúan orientados al consumo y si bien de una manera más sutil que en el *mall*, no escapan de su lógica orientada principalmente al consumo, reflejada en la concentración de cierto tipo de comercios, el incremento de los precios y la expulsión del minorista. Asimismo, las expresiones culturales urbanas propias de los espacios públicos [colectivos, manifestaciones, etc.] suelen ser relegadas o rechazadas si van en contra de los intereses privados en cuanto a la promoción de bienes y servicios.

Geográficamente, los BID's pueden llegar a crear islas comerciales que, más que integrar, fragmentan el espacio urbano al generar límites con otros espacios urbanos que no son integrados por carecer de interés comercial, polarizando la ciudad. Por ello los BID's no escapan de la lógica del *mall* en lo que se refiere a la exclusión de actores sociales indeseables, como la prostitución y los mendigos, así como de cualquier comercio que empobrezca la venta y el consumo (García s/p).<sup>155</sup>

Por otra parte, otro concepto importante surgido en la década de los sesenta, aunque estudiado mayormente a partir de los noventa, es el de *gentrification*.<sup>156</sup> Éste cuenta en principio con una denotación negativa debido a que se refiere al proceso de transformación urbana en el que la población original de un sector o barrio deteriorado y con pauperismo es progresivamente desplazada por otra de un mayor nivel adquisitivo a la vez que ésta se renueva. Luz María García considera a la *gentrification* como parte del urbanismo revanchista de fin de siglo, orientado a una recuperación de la ciudad por las clases altas anglosajonas; o lo que es lo mismo, una reconstrucción clasista del paisaje del centro urbano (2001: s.p.).<sup>157</sup>

Victor Delgadillo en su reseña de “Gentrification, de Loreta Lees, Tom Slater y Elvin Wily” explica, que los autores de Gentrification (2007) plantean que los aspectos positivos de ésta son la reducción de la expansión urbana, la estabilización de áreas decadentes, la rehabilitación de inmuebles y el incremento del valor de las propiedades. Pero asimismo, exponen que los aspectos negativos son el desalojo paulatino de las poblaciones de escasos recursos, el desplazamiento de comercios y servicios populares, la pérdida de vivienda asequible y el resentimiento y la pérdida de diversidad social (843). Sin embargo, según lo explica Dak Kopec, este fenómeno puede plantearse de manera distinta a como usualmente se utiliza. Kopec explica que la *gentrification*, como usualmente se percibe, funciona de dos formas que no son excluyentes, sino que a menudo trabajan en conjunto. La primera de ellas y la más disruptiva resulta cuando el control municipal embarga un conjunto de propiedades aprovechando su dominio y destruye dicha área para *renovarla*. La segunda resulta del control de capital privado generado por los comerciantes que con la intención de desarrollar un área transforman el entorno (BID’s). Ambas formas de *gentrification* tienden a generar desplazamientos de las poblaciones vulnerables. Sin embargo, para Kopec existe un tipo de *gentrification* no disruptiva, a la que denomina *Community Gentrification*, ésta ocurre cuando los miembros de una comunidad actúan juntos por el bien común de la comunidad y su entorno, frecuentando y promoviendo los negocios locales y reinvertiendo en sus propiedades (2010: 300). Esto crea un espacio en el que se genera un sentido de pertenencia, una identidad y con ello un arraigo por el lugar, en que el entorno se convierte a través de la apropiación en un espacio defendible, que importa a sus habitantes quienes desarrollan controles preventivos en favor de proteger sus espacios [calles, vecindarios, centros, parques, distritos, etc.]. Según Kopec, existe una correlación directa entre la participación de las personas en su comunidad y el crecimiento delincencial, lo que lo

lleva a plantear que dos de los más efectivos controles para la prevención del crimen son el sentido de comunidad y la vigilancia vecinal, “[n]eighbors tend to watch out for, or at least be aware of, one another, and they know who does and does not belong in their spaces at different times of the day or year” (298). El reto en este sentido sería encontrar maneras creativas para construir un sentido de comunidad que trascienda los espacios polarizados que predominan en las ciudades latinoamericanas actuales, en los que se ha perdido la sensación de pertenencia e identidad. Sin ello, sería extremadamente difícil mejorar y recuperar los espacios para el bien común, debido a que si no existe un interés por proteger los espacios, éstos terminan siendo abandonados y se convierten en lugares inseguros, no lugares, espacios que promueven la segregación, la descomposición social y la disminución de la calidad de vida, generando un impacto devastador no solo en el entorno de las personas sino en la economía local.

Por otra parte, Montgomery nos expone el modelo de *Happy City* desarrollado por el Alcalde de Bogotá, Colombia, Enrique Peñalosa Londoño (enero 1998 – diciembre 2000). En él, se observa la participación del gobierno en la aplicación de proyectos para la mejora de la calidad de vida a través de la transformación de los espacios para la gente y la restricción del uso del automóvil. Montgomery explica que cuando Peñalosa se postuló para alcalde de Bogotá en 1997, se negó a hacer las mismas promesas que hacían la mayoría de los políticos. Él decía que no iba a hacer a nadie rico, “olviden el sueño de volverse tan prósperos como los americanos, nos tomará generaciones estar al nivel de los gringos, incluso si la economía colombiana ardiera en azul por un siglo” (2013: 6). El sueño de riqueza solo servía, según Peñalosa, para hacer a los Bogotanos más infelices. “Si debemos de definir nuestro éxito solamente en términos de ingresos *per capita*, tendríamos

que aceptar que seríamos una sociedad de segunda o tercera, una bola de perdedores” (6), la ciudad necesitaba una nueva meta. Peñalosa no prometía un auto en cada hogar ni una revolución socialista; su promesa era simple, él pensaba hacer a los bogotanos más felices. ¿Y qué necesitaba para lograrlo? Según Peñalosa “necesitamos caminar, tal como los pájaros necesitan volar, necesitamos estar con otras personas, necesitamos belleza, necesitamos estar en contacto con la naturaleza y más importante, necesitamos no ser excluidos, necesitamos sentir algún tipo de equidad” (6). La idea de equidad de Peñalosa se resuelve a través de los bienes públicos, es decir, su idea era ofrecer bienes y servicios de alta calidad que colocaran a ricos y pobres en circunstancias parecidas, por lo menos cuando estuvieran en el espacio público.

Peñalosa insistía que como muchas ciudades, Bogotá había sido profundamente herida por la herencia de las ciudades del siglo XX, primeramente porque la ciudad había sido orientada gradualmente alrededor de los automóviles<sup>158</sup> [privados] y los espacios públicos habían sido en su mayoría privatizados: “los autos y los vendedores han conquistado las calles y las plazas [...] en una época en que cada familia tiene al menos un televisor en casa, los espacios públicos han pasado a ser olvidados y degradados” (7). Su idea central era “a city can be friendly to people or can be friendly for cars, but it can’t be both” (7). Esta idea lo llevó a tirar el ambicioso plan de carreteras que tenía la ciudad y en cambio dirigió su presupuesto a la creación de cientos de millas de caminos para bicicletas, nuevos parques y plazas, librerías, escuelas y centros de cuidado infantil. Construyó el sistema de transporte más rápido de la ciudad, usando autobuses en lugar de trenes, aumentó los impuestos a los combustibles y limitó el uso de automóviles privados a tres días por semana, lo que obligó a los ciudadanos a utilizar los servicios de la ciudad o buscar formas

diferentes de movilizarse como viajar con otros.<sup>159</sup> Lo importante de entender esto es que los cambios que hizo Peñalosa transformaron la manera de vivir la ciudad, de una manera opuesta a la ciudad norteamericana (7).

Así, para Peñalosa dar prioridad a los peatones sobre los automóviles constituía la única manera de que las personas se sintieran respetadas en el espacio público, y por tanto de construir desde el desarrollo y diseño urbano una sociedad más democrática. Pero si bien la aproximación de Peñalosa resulta interesante, la ciudad es un contexto mucho más complejo como para resolverse de una manera tan simple. Esto se vio reflejado en diversas críticas que acusaban a Peñalosa de poseer una visión de la ciudad del siglo XIX. Juanita León, por ejemplo, apuntaba que su obsesión por los parques y las alamedas, formaban parte del Movimiento de la ciudad bella, una estética basada en la cosmética del parque. “Hay que pasar de la ciudad bella a la informacional y él sigue obsesionado por tratar todo como si fuera un problema de embellecimiento” (2011: s/p). Asimismo, algunos urbanistas consideraron el modelo de Peñalosa como limitado y autoritario porque consideraban que relegaba a un segundo lugar conceptos claves de una ciudad moderna como la productividad económica y la inserción de Bogotá en la economía internacional; decían que su modelo no apuntaba a crear oportunidades de empleo y desarrollo y que por eso, apenas construía un andén para el tráfico peatonal, éste rápidamente se llenaba de vendedores ambulantes. Esto sucedía decían, porque no se resolvía la situación de pobreza y las personas necesitaban ganarse la vida.<sup>160</sup> De la misma manera, se criticó el sistema de transporte *Transmilenio* implementado por Peñalosa. Su idea era destinar los mejores espacios en las avenidas para el autobús, dejando el problema de tráfico a los automovilistas (Montgomery 229), con el fin de que desistieran en el uso del automóvil.



Sin embargo, esto produjo situaciones emergentes a futuro, ya que al priorizar el transporte público y forzar a las personas a dejar su automóvil en casa y usar el autobús, surgieron otros problemas como la saturación del servicio y la inseguridad. Algo similar ocurre ahora en el sistema *Metrobús* de la Ciudad de México, algunas personas han criticado que ahora llegan más tarde a sus destinos porque la saturación del transporte los obliga a esperar en la estación por mucho tiempo para poder abordar una unidad; además del hacinamiento y la inseguridad que plantea viajar entre una multitud.<sup>161</sup> Si bien debe reconocérsele a Peñalosa su intento por lograr una ciudad con mayor equidad, ésta resultaba de una igualdad forzada, impuesta por una actitud faraónica impositiva que intentaba resolver un problema complejo a través de soluciones simples, lo que dio como resultado la aparición de diversos fenómenos emergentes no planeados desde la perspectiva del proyecto, debido probablemente a la falta de amplitud del lente necesaria para abordarlo de manera integral.<sup>162</sup>

Como es posible apreciar, todos los ejemplos anteriores promueven de alguna manera la mejora del entorno urbano, la integración social y la equidad, de los cuales unos más y otros menos, lograron acercarse a este objetivo. Sin embargo, es importante hacer notar que ninguno de ellos logró resolver la complejidad que supone la construcción de una ciudad inclusiva y justa para todos. Tal vez porque ninguno plantea el desarrollo de un proyecto integral en el que se suscite la participación de los diversos actores sociales que intervienen y construyen el espacio urbano. Empero, si quisiéramos explorar un proyecto que se acercara a la solución de las problemáticas de las ciudades latinoamericanas a través de la interacción de los diversos niveles de interacción disciplinar aquí expuestos, tal vez no encontraríamos un proyecto tan representativo como el Urbanismo Social y los Proyectos Urbanos Integrales (PUI) desarrollados entre los años 2004 y 2008 en Medellín, Colombia,

mismo que abordaremos en el siguiente capítulo.