



## LAS PLAZAS DE LA GRAN URBE ANTE LA GLOBALIZACIÓN

Ponencia de la Mtra. en arq. MERCEDES OLIVEROS SUÁREZ  
Síntesis de tesis de doctorado en arquitectura en la UNAM

### CONTENIDO

1. Razones para repensar la plazas
2. Localización de las plazas y cuadro ordenador de la investigación
3. Síntesis sobre las plazas de Xochimilco y Santa Fe
4. Hacia una propuesta alternativa
5. Diseño alternativo de la Explanda en Xochimilco

#### 1. RAZONES PARA REPENSAR LAS PLAZAS

La presente ponencia es la síntesis de la tesis de doctorado en Arquitectura en la UNAM, cuyo objeto es analizar las tendencias urbano- arquitectónicas de las plazas, como elemento central del espacio público, a través de dos casos contrapuestos y representativos: El Centro Comercial Santa Fe y las plazas públicas de Xochimilco frente a la Parroquia San Bernardino, en la Ciudad de México. **Se parte de considerar las dos plazas: la comercial y la pública, como espacios inscritos en el proceso de globalización del espacio público, como expresión del desarrollo de un modelo de ciudad polarizada y fragmentada.** En estas plazas encontramos la convivencia del México moderno, con una dinámica marcada por la internacionalización del capital financiero, y el México tradicional que recrea las diversas costumbres de

pueblos ancestrales, sometido a transformaciones globalizantes. Encontramos al México de alto poder adquisitivo navegando en las modernas redes financieras, informativas, comerciales y de servicios internacionales, con el México agrícola y terciarizado, formado por la mayor parte de la sociedad subempleada o desempleada remando a contracorriente por subsistir.

Es una exploración sobre **qué podemos hacer como ciudadanos-arquitectos ante las actuales tendencias de las plazas comerciales y públicas en nuestras ciudades.** Con la meta de fortalecer las plazas como lugar de encuentro y convivencia multicultural, es relevante desarrollar un aporte crítico a nivel espacial, darle sentido a nuestro actuar profesional y ciudadano ante lo establecido como natural o inevitable, encausar una proyección alternativa ante la persuasión mediática. Los arquitectos y urbanistas nos enfrentamos cotidianamente a la disyuntiva de reproducir los rentables esquemas importados o dar un paso adelante en el refuerzo del espacio público y sus plazas para impulsar la vida comunitaria local y la diversidad.

El hilo conductor de la investigación fue **partir de lo existente para vislumbrar lo posible,** comprendiendo por existente la conformación socio-espacial actual de las plazas, resultante de la interacción de diferentes actores,

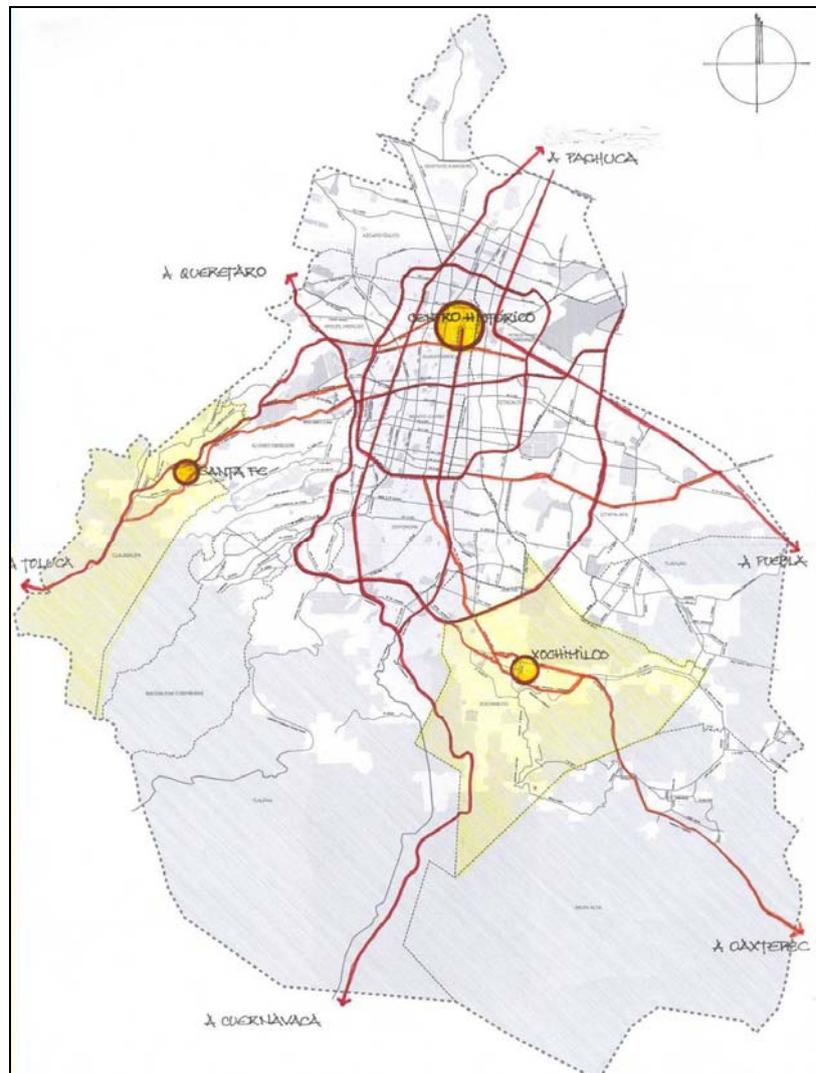


externos y locales en el transcurrir del tiempo.

El análisis de los dos casos concretos en su estado actual, Xochimilco y Santa Fe, se realizó a partir de un cuadro guía que aborda tres aspectos básicos: la inserción de cada plaza o centro en la región a través de la historia, la problemática y tendencias de su funcionamiento actual como espacio urbano-arquitectónico en el que confluyen tanto las tendencias globales como las locales y la caracterización de los usuarios a través de entrevistas realizadas en cada sitio y de la observación personal, para entender su interacción colectiva a partir de prácticas y actitudes concretas, evitando caer en la generalización estadística. Al abordar el tema significado e identidad, se explora el sentido de convergencia

comunitaria, en un análisis integral de valores históricos y actuales. Cada caso cuenta con una síntesis que conduce a reflexiones y propuestas, en la búsqueda de disposiciones alternativas a nivel espacial desde el nivel normativo al de diseño. Ante la dinámica privatizante del espacio público, en las plazas comerciales se propone generar espacios para el peatón, actividades multiculturales y el encuentro desde el nivel normativo al del diseño. En las plazas públicas se proyecta rescatarlas como núcleo comunitario e incorporar elementos detonadores de una cultura urbana diversa, en contrapeso a la preminencia del comercio ambulante y del deterioro espacial. Dicha propuesta remata con su aplicación a nivel de diseño en la Explanada de Xochimilco.

## **2. LOCALIZACIÓN DE LAS DOS PLAZAS EN EL DISTRITO FEDERAL**



La delimitación del área a estudiar en cada caso, comprende el espacio público y su entorno.

- En el caso de **Xochimilco**, el área forma el corazón urbano de Xochimilco, al sureste de la Zona Metropolitana del Valle de México ZMVM. Comprende la plaza pública-jardines Juárez y Morelos, la Explanada, la Parroquia San Bernardino y los dos mercados públicos Xochitl y 377, por integrar una unidad espacial y funcional
- En Santa Fe, al norponiente, el análisis urbano se extiende a la zona incluida en el Programa Parcial de Desarrollo Urbano Santa Fe, concentrando la atención en el Centro Comercial Santa Fe, el cual se encuentra en expansión para contar con hotel, nuevas tiendas y locales recreativos.



## CUADRO ORDENADOR DE LA INVESTIGACIÓN: “SANTA FÉ Y XOCHIMILCO, DOS PLAZAS, DOS MÉXICOS”

	XOCHIMILCO	SANTA FÉ
<b>1. GÉNESIS</b>	Centro ceremonial y mercado prehispánico SXIII y XIV Plaza colonial SXVI	1980 Reserva territorial para el crecimiento del DF. (programa ZEDEC)
	Centro de poder colonial (iglesia y gobierno) , con la construcción de la Iglesia apoyada por los vecinos	Centro corporativo y comercial construido con desplazamiento de propietarios y especulación del suelo.
<b>2. SITIO Y FUNCIONES</b>	Plaza pública y los dos mercados: Xochitl y 377	El centro comercial
	Vida pública urbana en proceso de refuncionalización: Religión, cultura, comercio, servicios y actividades financieras. <b>PP:</b> el encuentro, la recreación, base de trabajo, la cultura, la política, las fiestas tradicionales <b>Mercados:</b> venta de productos elaborados y sin elaborar, comida, productos agrícolas (en parte cultivados por vecinos)	Nueva centralidad urbana, espacio público limitado por seguridad y accesibilidad económica del usuario. Compra de productos elaborados, La recreación del mirar, la infantil, el cine, cafeterías y restaurantes, Actividades financieras
<b>3. EL USUARIO</b>	Vendedores, trabajadores del campo, peones, artesanos, músicos, aseadores de zapatos, prostitutas, paseantes, transeúntes y turistas Clase media y popular Ancianos, adultos, jóvenes y niños (masc. y fem.)	Empleados del centro, compradores, paseantes y turistas. Clase media y alta Adultos, jóvenes y niños (masc. y fem)
<b>4. LO PÚBLICO Y LO PRIVADO</b> (la propiedad y sus consecuencias)	<b>PP: espacio abierto de propiedad pública</b> delimitado por fachadas del entorno, con áreas de privatización informal. <b>Forma</b> variable de acuerdo a las épocas y actividades Prioritariamente peatonal, integrado al entorno <b>urbano</b> <b>M:</b> cerrado con locales abiertos al entorno y ambulante Seguridad y mantenimiento escasos, incomodidad	<b>Espacio de propiedad privada</b> cerrado y cubierto con entradas controladas <b>Forma</b> arquitectónica con tecnología y diseño de fin del SXX Desligado peatonalmente del entorno <b>urbano</b> o diseñado para llegar en auto. Con comodidad, vigilancia y control de usuarios
<b>5. SIGNIFICADO E IDENTIDAD</b>	Conexión de la ciudad urbana y rural Ombliquo urbano-regional, espacio de encuentro para tradiciones que marcan identidad xochimilca Forma de comercialización para productos agrícolas de la zona y vendedores ambulantes	Símbolo del consumismo en la época de la globalización Punto de venta de tiendas ancla y de marca Espacio de encuentro urbano

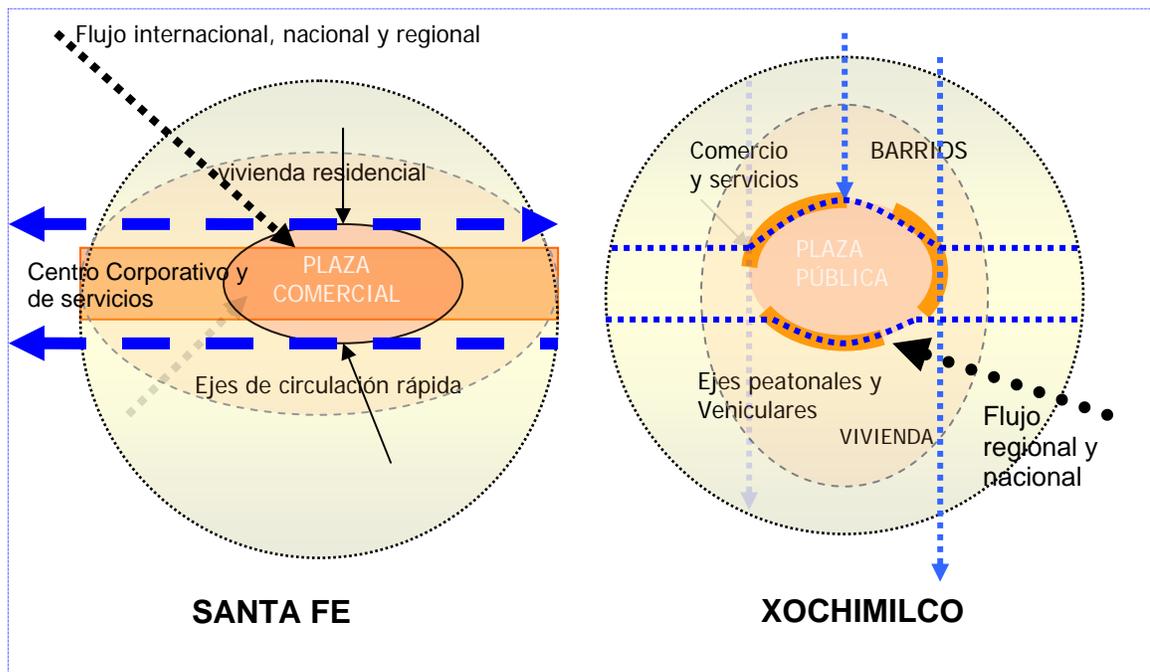
PP y M: Plaza pública y mercado



### 3. SINTESIS SOBRE LAS PLAZAS DE XOCHIMILCO Y SANTA FE

1. En las ciudades latinoamericanas y en particular en la Ciudad de México tienen vigencia tanto las plazas públicas como las comerciales, inscritas en el proceso de globalización comercial y financiera que vivimos. Este proceso ha generado nuevas centralidades urbanas con diferentes niveles de integración a los nuevos flujos socio-económicos. Las plazas

públicas como lugar del peatón para el encuentro, la recreación y el comercio ambulante; las plazas comerciales como sitio para consumir tanto mercancías como distracción. Se desarrollan dos dinámicas paralelas de convergencia a plazas diferentes, con usuarios de diferente nivel social, con diferentes motivaciones: una el entretenimiento y la identidad con tradiciones culturales y la otra a partir del consumo y el encuentro.



2. Insertas en la ciudad, las plazas públicas y comerciales conforman dos centralidades diferenciadas a nivel urbano y arquitectónico. Santa Fe entre ejes de circulación rápida recibe

flujos de usuarios internacionales, nacionales y regionales. Xochimilco integrada a una trama peatonal y vehicular, recibe usuarios a nivel nacional y



regional<sup>1</sup>, con un creciente mercado de los países orientales (China y Corea). Santa Fe es un espacio controlado por la propiedad privada donde impera la dinámica del comercio, inserto en un corredor corporativo y de servicios, con fachadas monumentales y reflejantes o **arquitectura logo**, diseñada para apreciar en auto. Xochimilco es un espacio abierto de carácter público, estructurado a partir de la superposición del centro colonial sobre el prehispánico, donde coexisten múltiples actividades colectivas y capas arquitectónicas.

3. La plaza de Xochimilco conserva su configuración básica desde la época colonial y se ha transformado progresivamente en función de los cambios económicos y culturales registrados con el paso del tiempo. En conjunto los mercados y las plazas, cumplen diversas funciones: el Jardín y la Explanada como centro ceremonial, cultural, festivo y de encuentro, los mercados como supermercado, tienda departamental, tiendas de ropa y zapatos para el consumo popular. En su entorno aparecen bancos, tiendas departamentales y supermercado de acuerdo a la modernización financiera y

expansión de las grandes tiendas, como expresión local del proceso de globalización.

4. **Los mercados de Xochimilco son lugar de encuentro y comunicación vecinal, punto de venta directa del comerciante o productor al consumidor entre la charla y el regateo**, donde tienden a ser menos los productores-vendedores de vegetales y flores ante la falta de estímulos para la producción agrícola y el acelerado crecimiento de los puestos de ropa, zapatos y plásticos. Ahí se venden platillos mexicanos o sus ingredientes, convirtiéndolos en punto de conservación de la cultura gastronómica mexicana, patrimonio intangible a conservar. Adicionalmente, existen locales de reparación de electrodomésticos y calzado de acuerdo a la cultura del reciclaje contrapuesta al consumismo. En los mercados se distribuye aún la herbolaria y amuletos de acuerdo a creencias ancestrales.
5. Las fiestas religiosas como la del *Niño Pa* (2 febrero), de *San Bernardino* (20 mayo), *Virgen de los Dolores* (febrero) y *Semana Santa* (abril), las tradicionales como *La Flor más Bella del Ejido*, aglutinan a la mayor cantidad de gente en el espacio público (atrio, calles y plazas) convirtiéndolo en espacio

---

<sup>1</sup> El turista internacional normalmente se dirige directamente a los embarcaderos para recorrer los canales en trajineras.



ceremonial. Estas celebraciones, las ferias y los eventos culturales cambian el ritmo de vida a su paso, el cual es aceptado por la comunidad xochimilca, interesada en la conservación de tradiciones culturales y en la sobrevivencia de estructuras vecinales como la mayordomía.

**El espacio público central de Xochimilco soporta una gran diversidad de usos que fortalecen y recrean la identidad comunitaria.**

6. La diversidad de usos de la plaza pública es resultante de los diversos agentes sociales que la usan: las autoridades delegacionales, las comunidades religiosas organizadas por barrios, las organizaciones vecinales, los productores locales y regionales y los vendedores ambulantes con sus líderes. Estos últimos, que en su mayoría vienen de otros lugares, entran en conflicto con los vecinos del lugar, por ser quienes más ocupan y deterioran el espacio público, imponiendo su particular interés mercantil sobre el interés colectivo. **El poder sobre el espacio público fortalece el poder político**, por lo cual es punto de discordia entre autoridades delegacionales, vecinos, comerciantes establecidos y líderes de los vendedores ambulantes.

7. La comunidad xochimilca, al igual que la mayoría de los habitantes de América, consume masivamente la información y cultura “chatarra” o “light”, propias del proceso de domesticación imperante. La moda y lo superfluo se imponen a la historia y la cultura, los valores colectivos son aplastados por el individualismo en la lucha por la supervivencia. Esto se manifiesta a nivel urbano en la rebatiña del espacio público entre los comerciantes y sus líderes políticos, con el consecuente deterioro de la imagen urbana y en el desinterés por conservar los vestigios de sus antepasados (el Museo arqueológico lleva dos años en reparación y el cerro arqueológico Cuahuilama está semiabandonado). **Si bien en Xochimilco las fiestas religiosas y tradicionales son múltiples y refuerzan la identidad local, por otro lado no hay una cultura de conservación del espacio público central.** La alternativa opuesta implica trabajar colectivamente por el rescate y desarrollo de la cultura popular desde la infancia hasta las autoridades delegacionales con una firme decisión política.
8. **En las plazas públicas se refleja el proceso de terciarización, fragmentación social y la crisis socio-política**



- existente**, al ser centro de trabajo para desempleados, artesanos y vendedores ambulantes, bases de autobuses y al evidenciar el desgobierno en relación al espacio público (evidente igualmente en la impune destrucción de la reserva ecológica), manifiesto en el deterioro edilicio y de la imagen urbana.
9. Ante el riesgo de perder la Explanada como espacio público, por el proceso de estabilización del ambulante, es relevante **rescatarla como lugar histórico**, lo cual reafirmaría el conocimiento popular sobre la historia prehispánica de Xochimilco y aumentaría la afluencia de turistas.
  10. La dinámica del Centro Santa Fe se intensifica los fines de semana: viernes de jóvenes como sitio de encuentro y diversión, sábados y domingos por la mayor afluencia de compradores. La mayor atracción viene con fechas como navidad, días del padre, la madre, el niño, etc. Festejos globales incentivados por comerciantes.
  11. Como resultado del análisis de las dos plazas y del procesamiento de las entrevistas a usuarios, vecinos y autoridades, sintetizo **la**
- valoración espacial** a través de los siguientes **perfiles analíticos**, estableciendo conceptos de la plaza pública y la comercial en tres niveles: el carácter, la función y calidades espaciales, como local-global, tradicional-moderno, abierto-cerrado, etc., a ponderar en una escala de 1 a 5. (ver tabla con perfiles). Los perfiles resultantes de Xochimilco y Santa Fe se ubican en los valores extremos de la escala, reflejando un antagonismo en relación a su origen y las necesidades espaciales del sector social que las sustenta. Así mismo, surge un paralelismo a nivel funcional, por ser espacios de encuentro, diversión y comercio para diferentes fragmentos de la sociedad globalizada. Esta valoración puede variar de acuerdo a la extracción socio-económica del usuario y su vivencia del espacio público, como en lo relacionado con la inseguridad-seguridad y lo público-privado.



PERFILES ANALÍTICOS DE LAS DOS PLAZAS: XOCHIMILCO Y SANTA FE

	1	2	3	4	5		
<b>CALIDAD ESPACIAL</b> <b>FUNCIONES</b> <b>CARÁCTERIZACIÓN</b>	local		X				global
	público	X					privado
	popular	X					elitista
	tradicional		X				moderno
	accesible al peatón		X				accesible al auto
	cultura y encuentro			X			comercio
	tranquilidad		X				movimiento
	polifuncional	X					monofuncional
	colectivo		X				individual
	arraigo		X				desarraigo
	abierto	X					cerrado
	naturaleza		X				artificial
	sucio		X				limpio
	inseguridad			X			seguridad

X = Xochimilco                      O = Santa Fe



12. El vuelco de las gentes a las plazas comerciales como sitios más seguros es hoy muy relativo. Mientras en Xochimilco los cadeneros roban objetos de menor valor a los transeúntes, en Santa Fe se han registrado robos de autos y a clientes. Sin embargo la imagen de inseguridad y del caos, resultante del desgobierno aleja a amplios sectores sociales de las plazas públicas.
13. Las plazas de Xochimilco y Santa Fe forman parte del espacio público central de una ciudad polarizada, con dos caras opuestas: la cara de un sector privilegiado inscrito en la cultura *light*, saturado de información, que navega en la superficialidad de la moda y lo efímero, y la cara de los desposeídos en la lucha por la sobrevivencia, que aún recrean sus tradiciones culturales y navegan en la ambigüedad de los valores difundidos en los medios de comunicación y los valores ancestrales.
14. La tendencia al fortalecimiento de las plazas comerciales como los centros de la ciudad moderna, en detrimento de las plazas públicas, refleja a nivel urbano y arquitectónico el carácter unidimensional de nuestra sociedad con la preponderancia del comercio global. En general expresan un

lenguaje arquitectónico formal y funcionalmente excluyente de la diversidad local. Esta tendencia impone la necesidad de una **política urbana integral que rescate la multifuncionalidad del espacio público y en particular de las plazas**. Es imperante crear consenso sobre la necesaria integración de estos centros-plazas al tejido urbano, el respeto al peatón, el rescate de espacios para la cultura, e incentivos a la producción y distribución de los productos locales. Esto como un punto de partida hacia una mayor participación ciudadana y una mayor incidencia de los arquitectos y ciudadanos en la construcción de una ciudad más integral y equilibrada.

#### 4. HACIA UNA PROPUESTA ALTERNATIVA

Aproximadamente desde la segunda mitad del siglo XX vivimos en México un proceso de reordenamiento urbano marcado por el surgimiento de nuevos subcentros urbanos, el deterioro de los centros históricos que progresivamente dejan de ser lugares de identidad colectiva, la formación de ghettos exclusivos con sus centros comerciales, la primacía del auto sobre el peatón y la expansión anárquica de zonas habitacionales populares en zonas periféricas. Con el paso del tiempo, se tiende a realizar las actividades públicas en el espacio



privado, gracias al desarrollo tecnológico, de los medios de comunicación y al crecimiento de la inseguridad en las ciudades latinoamericanas. El entretenimiento, la información y a un nivel incipiente el consumo se realizan en la casa gracias a la televisión, las computadoras y el acceso a internet. El encuentro y la recreación tienen lugar en centros comerciales, clubs deportivos y condominios cerrados para las capas altas y medias, mientras que las capas populares los realizan en plazas, calles, canchas deportivas e iglesias. Los futurólogos muestran la tendencia de la ciudad contemporánea al aislamiento individual o familiar, dentro de una telaraña de redes de comunicación, con una restringida y cada vez más limitada vivencia del espacio público.

Indiscutiblemente la imagen urbana de cada localidad seguirá siendo marcada por lo característico de sus calles y plazas (A. Saldarriaga 1997, pg.112)<sup>2</sup>, y esto es lo que registra la memoria de los visitantes y de sus habitantes como lo simbólico de dichos lugares.

En la elaboración de una propuesta alternativa, parto de la tesis de Herbert Marcuse<sup>3</sup>, en torno a **la necesaria búsqueda del eros como instinto de vida, amor a la naturaleza contra del destrucción del medio, de diferentes**

**culturas y del ser humano.** Destrucción inherente a la expansión económica, política y militar del imperio del capital. Dicha expansión se exporta como un *modo de vida* con nuevos valores y necesidades sublimadas, encontrando una **aparente libertad en el fetichismo total a las mercancías, el despilfarro lucrativo y una falsa estética.**

En base al análisis realizado sobre las tendencias actuales en la proyección de plazas públicas y comerciales, el estudio particular de dos espacios públicos relevantes y antagónicos del Distrito Federal: La plaza pública en Xochimilco y la plaza comercial en Santa Fe (espacio privado con uso público) y al objeto esbozado, se propone discutir y elaborar alternativas reales para la realización del reto:

### **DE LO UNIDIMENSIONAL A LO MULTIDIMENSIONAL**

Siendo lo **unidimensional** la tendencia a la estandarización de nuestras ciudades a través de la privatización de los espacios públicos y la multiplicación de centros comerciales con arquitectura logo y posmoderna pluralista, donde la dinámica urbana gira entorno al comercio y se tiende a incorporar lo recreativo como ancla inductiva al consumo o como una transacción mercantil. La gran afluencia de las nuevas generaciones a estos centros y plazas comerciales marca la tendencia a prevalecer como

<sup>2</sup> "La Calle, lo ajeno, lo público y lo imaginado" Documento Barrio Taller, Bogotá-Colombia, 1997

<sup>3</sup> Marcuse Herbert, "El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada", 2ª. Edición, Editorial Ariel. España, 1987



sitios de encuentro y diversión del futuro (ver el capítulo sobre tendencias y los estudios sobre plazas comerciales en México de Inés Cornejo, Patricia Kuri y Liliana López), en base a lo cual urge desarrollar alternativas, que a pesar de estar insertas en la dinámica del consumo, promuevan una mayor vida comunitaria. Si bien el sistema se reproduce en el sueño asimilado de realizarse a través del consumo, este mismo sistema genera las raíces de su contrario.

La alternativa **multidimensional** responde a la necesidad de construir espacios públicos significativos, como una forma de albergar las diferentes expresiones socio-culturales de nuestras sociedades, como alternativa física para el encuentro y la recreación de diferentes generaciones: niños, jóvenes, adultos y ancianos. **Esta propuesta parte de valorar lo actual para vislumbrar lo posible**, de detectar y potenciar lo positivo de algunas plazas públicas y comerciales en la generación espacios que induzcan nuevos comportamientos incluyentes. Estaría inserta en la dinámica de los movimientos culturales por el derecho a la identidad en la diversidad y al esfuerzo colectivo por la construcción de una sociedad más equilibrada y justa.

Valga destacar que “La forma y modalidades de uso de un espacio son un instrumento importante de educación...un grupo social logra que las generaciones jóvenes se

socialicen, es decir, que se adapten al sistema vigente de relaciones y de roles y que se culturicen, interiorizando a niveles profundos la visión de la realidad propia del grupo mismo”<sup>4</sup>

En los últimos años la preocupación por el espacio público aumenta en la medida que se visualiza la tendencia a su privatización o desaparición. Existen pronunciamientos de diferentes autores en torno al tema, convergentes y aleccionadores:

*"Hay ocasiones en que mirar al pasado retarda y obstaculiza la marcha hacia el futuro...Es posible mirar, con los ojos de hoy, los valores urbanos que dejó la historia y traerlos al presente en los nuevos trazados urbanos. Es posible también definir, con una mirada contemporánea, el sentido de lo público y abogar por el respeto que a veces se extravía en los meandros de utilitarismo y de la indiferencia. Y es necesario mirar el futuro no como una perversión del presente, sino como la **conquista de todo aquello que falta y la valoración de todo aquello que la humanidad ha acumulado como cierto**. El espacio público urbano es parte de ello". (A. Saldarriaga, 1997, pg.113)*

Esta idea converge con lo expresado por Horacio Trejo, Presidente del Consejo de Ancianos de Xochimilco sobre el centro histórico "*no crean que regresar al pasado es retroceder...es*

<sup>4</sup> Coppola Pignatelli Paula, "Análisis y diseño de los espacios que habitamos" Edit. Concepto, México, 1980 p-181



*conservar los valores de generaciones de un pueblo luchador y con espíritu, que se refleja en su historia y arquitectura, que sólo necesita de los adelantos del SXXI" (Periódico "Tu voz, la fuerza de la opinión", No.009, 01-2002, Xochimilco, México).*

Así mismo, Jorge Legorreta en su exposición en torno al rescate del Zócalo de Oaxaca señaló: *"La defensa de la identidad urbana de los centros históricos no es sólo la defensa de lo monumental, también hay que defender el carácter de sus actividades y garantizar que sus actores no los abandonen y sean excluidos de los actuales procesos de terciarización...se trata de una defensa de lo nacional contra los monopolios" (La Jornada dic 11-02).*

Según Jordi Borja *el fortalecimiento del espacio público... como elemento articulador del tejido urbano regional o metropolitano, y elemento de cohesión tanto físico como simbólico, debe contemplar la inclusión legal de los sectores marginados, apertura a la diversidad socio-cultural y proyectos urbanos integrales y polivalentes, considerando objetivos sociales, ambientales y estéticos. (1998).*

La interrogante es cómo incorporar estos valores tanto a las plazas públicas como a las plazas comerciales, de una forma **coherente, legal y creativa**, asumiendo las contradicciones sociales existentes:

**Coherente** con

- La historia y antecedentes que determinaron la formación espacial actual.
- Los usuarios y diferentes actores, con sus intereses específicos sobre el uso del espacio: *atención a la demanda laboral (prioritaria), comercial y recreativa-cultural.*
- Las funciones básicas que soporta dicho espacio en la actualidad
- El lugar y sus tendencias de desarrollo urbano-arquitectónico

**Legal** a través de

- El diseño de mecanismos de acción inmediata que responda a un observatorio colectivo sobre el espacio público.
- El impulso al establecimiento de normas que garanticen el respeto al espacio público, tanto por la comunidad como por las autoridades.



## Creativa

- Al proyectar los elementos urbano-arquitectónicos necesarios a su vitalidad futura fortaleciendo lo lúdico-cultural, contando con el aporte creativo de los diferentes actores sociales.
- Campañas educativas dirigidas a la comunidad, transeuntes, niños, mujeres y vendedores ambulantes sobre la necesaria construcción y conservación colectiva del espacio público.

Sobre este último punto, valga destacar la propuesta de la Fundación Ideas en Chile, formada desde 1988, “**Educación para la diversidad de los espacios públicos**” con el objeto de reforzar el encuentro y la convivencia multicultural, enfatizando la relación del espacio público con la tolerancia, la no-discriminación y el respeto a la diversidad cultural, cuya meta final es fortalecer el movimiento ciudadano participativo de construcción social con el reconocimiento de los derechos socio-económicos, políticos y

culturales de todos por igual<sup>5</sup>. Esta idea se concreta en un proyecto que promueve la participación ciudadana en iniciativas de recuperación y creación de espacios públicos amables, en sus dimensiones física, ambiental (educación y conservación ambiental), comunicacional y sociocultural.

Otra tendencia interesante, es la registrada en Alemania a través del fortalecimiento de las fiestas comunitarias o de los pueblos (die Gemeinde Fest) donde calles y plazas se convierten en escenario cultural y sitio de encuentro para compartir platillos y bebidas regionales. Esta costumbre es muy común en los barrios y pueblos mexicanos en las fiestas de los patronos o santos de las iglesias.

Como premisa necesaria al desarrollo de la alternativa propuesta, existen tres retos a vencer:

1. **Salir del ilotismo moderno** o la pérdida tácita de derechos urbanos, de la imparcialidad subjetiva impuesta a través de la ideología dominante. “La democracia consolida la dominación más firmemente que el absolutismo, y libertad administrada y represión

<sup>5</sup> Fundación Ideas para una democracia ciudadana, “Quince años de ideas 1988-2003” p.8-31, Santiago de Chile 2003



instintiva llegan a ser las fuentes renovadas de la productividad”<sup>6</sup>. Estamos insertos como entes en dos procesos complementarios: el de la individualización de las actividades sociales y la búsqueda de la realización personal a través del consumo con la tendencia a generar una cultura del despilfarro.

2. Frenar la tendencia a la administración subterránea del espacio público, de las calles y plazas públicas en nuestras ciudades, dominada por acuerdos establecidos en base a intereses personales: el burócrata y el líder que buscan control político y económico.
3. Generar alternativas colectivas al desequilibrio social y al proceso de saturación informativa. Dicha saturación anula el valor de la cultura y el sentido comunitario, impone lo superfluo sobre lo humano y lo natural.

## PLAZAS COMERCIALES

Al igual que varios estudios realizados sobre las plazas comerciales, esta tesis concluye que además del interés por el consumo, los usuarios buscan el encuentro y la diversión en un espacio agradable y seguro. En el caso concreto de los jóvenes, Inés Cornejo y Maritza Urteaga caracterizan las plazas comerciales como "un lugar de interpelación (autonomía y libertad) cultural juvenil de la clase media urbana, lugar de encuentro afectivo, emocional y simbólico con los iguales para reafirmarse y crear grupos de interacción generacional, genérica y de clase".

Entre las propuestas de diseñadores, funcionarios, teóricos y artistas entrevistados sobre cómo mejorar las plazas comerciales, figuran las siguientes: Hacer ciudad, integrándolas a la trama urbana (arq. Crispín López), diseñarlas a escala adecuada con una arquitectura mas auténtica y sencilla (lic. Diego Prieto), agregar espacios para el encuentro y actividades culturales, exigir a los promotores áreas de donación para la ciudad (arq. Javier Hernández), que sean realmente públicas desde su diseño, con acceso irrestricto y actividades culturales (arq. Roberto Eibenschutz), transformarlas en un sistema integrado a la vida ciudadana del espacio público (Harold Martínez Espinal) integrarlas a la ciudad y reforzar la política cultural estableciendo un puente entre centros

---

<sup>6</sup> Marcuse Herbert, "El hombre unidimensional", p.7, 2001



comerciales y las instituciones (lic. Patricia Kuri).

En síntesis, estas sugerencias y la idea personal de concebir un espacio diferente, renovando la identidad de los diferentes grupos de usuarios, suponen **una mayor incidencia colectiva en el diseño de las plazas comerciales desde su proyección, a través de principios de diseño y normas que contribuyan a generar espacios para el encuentro**, que reúnan las siguientes premisas de diseño:



### Integración

- Conectar accesos y circulaciones a la trama peatonal de la ciudad, en la idea de **hacer ciudad**, integrando las zonas comerciales y de servicios a zonas habitacionales y sus ejes de circulación. Un ejemplo a destacar es Les Halles en París, donde se rescató un gran espacio del antiguo mercado como área verde y se construyó el centro comercial con cinco niveles en el sótano.

Les Halles, parque superficial con centro comercial subterráneo, en proceso de remodelación.

París-2004





### Equilibrio Ecológico:

Proyectar el espacio para el encuentro o plazuelas con la incorporación de vegetación natural, con mobiliario apropiado. La siembra de especies vegetales extrañas al medio ambiente, altera la

fauna y el equilibrio del lugar. En el caso del Unicentro en Cali-Colombia, la circulación se convierte en un sendero didáctico, al especificar nombre y características de los árboles.



Unicentro-Cali, 2003

### Identidad-modernidad

- Incluir en las áreas de encuentro elementos escultóricos y/o pictóricos que además de promover la cultura, faciliten la identificación de los diferentes sitios para el encuentro.
- Prever espacios para eventos multi-culturales para niños,

jóvenes y adultos que comprendan música, teatro, danza y video exposiciones.

- Incorporar salas ciber-lúdicas, donde a través de computadoras se acceda a información cultural, sobre la ciudad y juegos interactivos.



La Plaza Comercial Arcada de Berlín, además de estar construida con ladrillos prefabricados, de acuerdo a la tradicional producción artesanal en la región, cuenta con vegetación natural y tanto el techo como la fachada se abren y cierran en función del calor y el frío estacional.



Arcada, plaza comercial Potsdamer Platz, Berlin-2004

- Ampliar circulaciones en las áreas de mayor concentración como salas de cine, comida rápida y locales de recreación infantil.



**Funcionalidad**

### **Sustentabilidad local**

- Elaborar el proyecto incluyendo materiales propios de la zona y asimilando los avances tecnológicos a nivel constructivo.
- Propiciar lugares donde se distribuyan los productos elaborados en la región.

### **LA PLAZA PÚBLICA**



Hoy por hoy, predomina la tendencia a minimizar las plazas y jardines públicos en el diseño fragmentario de la ciudad, o tendemos a perder los existentes por el abandono o el vacío de autoridad en su conservación. Un fenómeno latente en las plazas latinoamericanas es su apropiación por parte de los vendedores ambulantes, como reflejo del problema del desempleo, al igual que la toma por parte de los movimientos sindicales y sociales ante la inestabilidad y crisis económica. Estos factores imponen aplicar soluciones integrales y sustentables a la problemática del espacio público, que contemplan **lo formal**, al igual que **lo social**.

La plaza pública aún tiene vigencia en lugares tradicionales de la gran ciudad, zonas periféricas con estratos medios y populares, ciudades medias y en pequeños poblados, donde aún importa el peatón y existe una vida comunitaria fuerte que la revitaliza, donde admiramos tanto la arquitectura circundante como la vida colectiva que ahí sucede: el paseo familiar, el encuentro amistoso o romántico, las fiestas tradicionales, culturales y religiosas, los eventos cívicos, el descanso y la contemplación. ¿Cómo lograr que permanezcan latentes, vigentes y se contemplan en nuevos desarrollos urbanos? Esta interrogante no es sólo una aspiración utópica, gracias al carácter público de estas plazas. En ellas **se puede incidir desde su proyección hasta su transformación actual, al participar en su diseño y poder**

### **incidir en acciones de renovación.**

Por ejemplo en casos como la consulta pública para el rediseño de Les Halles en Francia, la movilización social contra el Mac-Donalds en la plaza central de Oaxaca, las consultas públicas para la aprobación de los Programas Parciales en zonas históricas, etc.

Al entrevistar a diseñadores, funcionarios, teóricos y artistas, sobre cómo mejorar las plazas públicas, surgieron las siguientes propuestas: “darle un diseño formal al comercio informal, ligarlas con terminales de transporte” (arq. Crispín López), “conservar la imagen urbana, atender los problemas de tránsito y dotar de estacionamientos cercanos” (lic. Diego Prieto), “priorizar al peatón y al usuario, dar seguridad y ordenamiento al ambulante y promover reuniones socio-culturales, encuentros líricos, puestos de libros y discos” (arq. Javier Hernández), “usarlas, lo peor es el abandono por deterioro y crea inseguridad” (arq. Roberto Eibenschutz), “mantener su vitalidad” (Harold Martínez) revalorarlas con el diseño de políticas integrales incluyentes con residentes y vecinos, de acuerdo a los usos contemporáneos (lic. Patricia Kuri).

En síntesis, partiendo de los siguientes criterios básicos de diseño: sustentabilidad, integración, funcionalidad, identidad y equilibrio ecológico, se proponen los siguientes lineamientos básicos de diseño:



### **Sustentabilidad local**

- Elaborar alternativas reales al desempleo y mejorar las condiciones laborales de los trabajadores.
- Organizar los espacios para los vendedores de artesanías, ambulantes y ocasionales.

### **Integración**

- Diseñar una trama de circulación peatonal que desemboque en la plaza, articulada a las bases de transporte colectivo y estacionamientos, que la integre a la ciudad y mantenga su vitalidad.

### **Funcionalidad**

- Priorizar al peatón sobre el auto, proyectando una red de circulación peatonal que desemboque en la plaza o plazas, restringiendo el tránsito vehicular de paso y alrededor de la plaza principal, en particular del transporte colectivo  
Proyectar estacionamientos cercanos al centro.
- Diseñar cubiertas desmontables (tipo velarias) para ubicar entorno al kiosco o en el área de mayor

concentración de usuarios para los grandes eventos.

- Garantizar el buen mantenimiento, limpieza, iluminación y seguridad de las plazas, con la incorporación de los diferentes usuarios y actores relacionados con ellas.

### **Identidad-modernidad**

- Conservar la arquitectura colindante monumental y vernácula con valor histórico, al igual que el mobiliario urbano tradicional (kiosco, bancas, etc.)
- Incluir elementos escultóricos y/o pictóricos y promover el arte a través de exposiciones y talleres colectivos.
- Dar relevancia a espacios lúdicos para los niños y los jóvenes, como elementos dinamizadores del espacio público: cafeterías, paleterías, juegos de mesa, fuentes, etc.
- Estimular la realización de eventos multi-culturales y la revitalización de las fiestas tradicionales de la región.

### **Equilibrio Ecológico**

- Considerar el elemento vegetal como parte fundamental de su diseño, porque además de generar un microclima, rompe la dureza de lo construido, permite la filtración del agua y ambienta coloridamente el espacio. Seríamos un espacio con sombra y agradable que una plancha de concreto. Sembrar especies nativas que garanticen la conservación de la flora y fauna autóctonas. En plazas como la de Cadereyta, Queretaro, a través de la vegetación se obtienen diferentes calidades espaciales.

Plaza Central Cadereyta,  
México, 2001



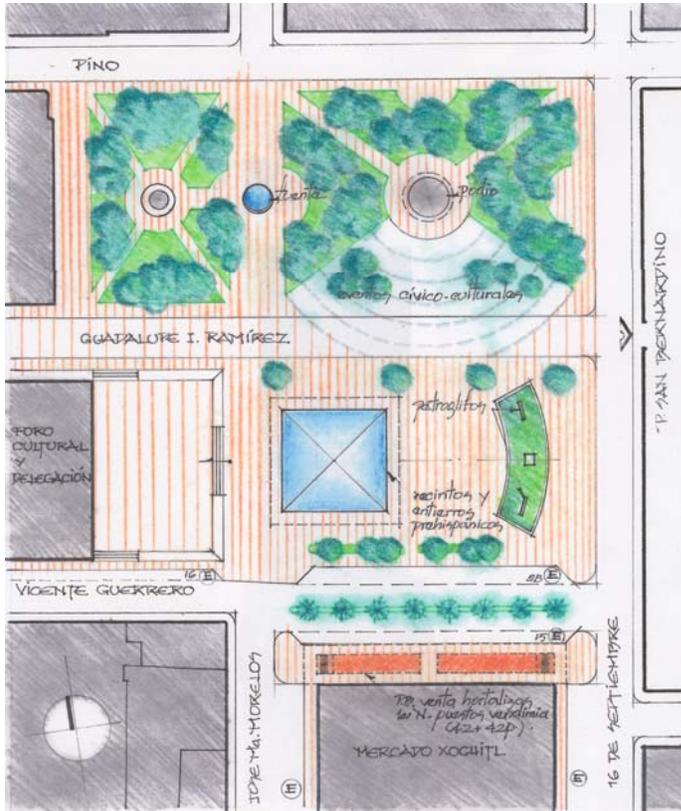
## 5. DISEÑO ALTERNATIVO DE LA EXPLANADA EN XOCHIMILCO

Una ejemplificación de estos lineamientos, es el diseño elaborado para la explanada y Jardín del Centro Histórico de Xochimilco, en base a la investigación realizada y a entrevistas con usuarios y vecinos. Este diseño se propone, por el riesgo inminente de perder la explanada como espacio público al incrementar en frecuencia la presencia de vendedores ambulantes. Parte de la aplicación de los programas establecidos en el último Programa de Conservación del Centro Histórico en relación a la estrategia para el impulso a la producción y comercialización local, el ordenamiento del sistema vial con la reubicación de las bases de peseras, la construcción



de plazas para los vendedores ambulantes, el mejoramiento de la imagen urbana y la conservación de la arquitectura tradicional y vernácula. La idea básica del diseño es:

- Integrarse a una red de plazuelas barriales cercanas al centro (a dos o tres cuadras), nodos de actividades comunitarias con valor histórico o estético a nivel arquitectónico, algunas con esculturas prehispánicas empotradas en sus fachadas como huella de la participación indígena en su construcción. Esta red puede ser el primer recorrido por la historia de Xochimilco, detonante de la exaltación del patrimonio existente, a promover entre mexicanos y turistas
- Respetar la vegetación existente, por ser pulmón del área urbana y tener una alta valoración entre los usuarios del jardín.
- Restringir la circulación vehicular en el tramo de la calle Guadalupe I. Ramírez a partir de Pedro Ramírez del Castillo para facilitar la integración del Jardín y la Explanada.
- Atender las diferentes demandas espaciales de los diversos usuarios:
  - generar espacio para los eventos cívico-culturales tanto en el Jardín como en la Explanada.
  - regularizar la permanencia de los vendedores de hortalizas en la parte exterior del mercado Xochitl.
  - reubicar vendedores de vendimia en un segundo nivel paralelo a la fachada lateral del mercado Xochitl
  - proteger y ambientar los espacios de estar.
- Reforzar la identidad del lugar con una **ventana a la historia**, a través de la cual podamos tanto usuarios como turistas contemplar los vestigios del centro ceremonial construido por los xochimilcas. A través de la ventana se podrán observar algunos recintos y dos de los entierros encontrados en 1978 (ver fotos cap. IV.1). Su dimensión se establecerá con la asesoría de los antropólogos del INAH y las autoridades de la delegación.
- En el mismo sentido se propone la instalación de réplicas de cuatro de los petroglifos existentes aún en el Cerro Cuahuilama (lugar donde se asentaron inicialmente los xochimilcas al llegar al Valle de México), Cipactli o cabeza de serpiente marina que simboliza el principio de la vida, Nahuiollin o las cuatro estaciones, ocelotl o felino guerrero, y Huacaxochitl con Papalote o naturaleza y primavera. Estos petroglifos son muestra de la integración con la naturaleza en la era precolombina y del desarrollo artístico de sus antepasados.



**PLANTA Y CROQUIS  
JARDÍN DEL ARTE Y EXPLANADA DEL CENTRO DE XOCHIMILCO**

