

Universidad Nacional  
Autónoma de México  
Taller Max Cetto

Tesis para obtener el título  
de arquitecto, presenta:  
**Alejandro Castañeda Rivera**

Ciudad, Publicidad y Vías Rápidas:  
Alternativa a la problemática de los anuncios  
espectaculares en la Ciudad de México

TESIS CON  
FALSA ILUSTRACION

41



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Relación de sinodales**

Arq. Miguel Hierro Gómez

Arq. Rubén Camacho Flores

Arq. Juan Ignacio del Cueto Ruiz-Funes

# ÍNDICE

<b>PRÓLOGO</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN Y NOTAS AL PRÓLOGO</b>	<b>3</b>
<b>1. ANTECEDENTES</b>	<b>6</b>
Ciudad, vías rápidas y publicidad exterior	6
Problemática de la Ciudad de México	9
Casos ¿análogos?	13
<b>2. ÁREA DE ESTUDIO GENERAL: PERIFÉRICO, TRAMO GLORIETA VAQUERITOS-TOREO</b>	<b>18</b>
La magnitud del problema	19
Determinación de zonas de estudio y propuesta de ordenación	20
<b>3. ZONA DE ESTUDIO ESPECÍFICO. NODO PERIFÉRICO-VIADUCTO</b>	<b>21</b>
Análisis	21
Diagnóstico	24
Propuesta de Plan Maestro de Imagen Urbana	26
<b>4. PROYECTO: EDIFICIOS DE VIVIENDA MULTIFAMILIAR CON COMERCIO EN PB</b>	<b>30</b>
El lugar	30
El proyecto	31
Programa	38
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>41</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>44</b>

## **Prólogo**

Las vías rápidas se han poblado -y siguen haciéndolo- indiscriminadamente de anuncios comerciales espectaculares. Este fenómeno crece tan rápidamente que hasta ahora escapa cualquier tipo de planeación intentada, que no consigue ordenar y moderar su presencia en la ciudad. La publicidad es la cara más vista en el espectáculo de la ciudad.

Este tipo de fachadas no requieren un área real, mayor que el diámetro de los postes que soportan estructuras y superficies que configuran el espacio urbano a partir de los 6 metros de altura sobre el suelo. Otras, menos complejas aún, habitan como parásitos las azoteas de casas y edificios que nunca pensaron soportar estas sobrecargas de expresión y de peso, que debilitan su integridad. En cualquiera de estas variantes de ocupación territorial, los acuerdos entre propietarios de inmuebles y promotores de este medio publicitario, dejan fuera de posibilidades de control a las autoridades de la ciudad.

### *Hipótesis*

La cantidad de materia, principalmente acero y luz, ocupados en la construcción de las estructuras que soportan las superficies de exposición publicitaria puede, reconfigurándose, ocuparse como espacio útil para otras actividades. Convirtiéndose en edificaciones más rentables y económicas que adopten como condición la presencia de imágenes espectaculares.

Estos edificios como equipamientos de la ciudad permitirían controlar la densidad de anuncios que existen, y determinar sus posiciones para garantizar que no interfieran con el soleamiento, la ventilación y la vista de las construcciones preexistentes. Sus múltiples posibilidades de uso pueden representar un interés económico añadido para las empresas que invierten en la instalación de anuncios espectaculares.

Este medio podría promover un replanteamiento masivo en este personaje de la ciudad, ordenándose y adaptándose a cada sitio de modo específico, y cubriendo necesidades importantes de muchas zonas de la ciudad. Ejemplos:

- Infraestructura para tratamiento y bombeo de agua.
- Antenas de telefonía celular, transformadores de electricidad.
- Centros de control, operación y atención de éstos y otros servicios o dependencias públicas.
- Centros de servicio para autos, estacionamientos.
- Almacenes de mantenimiento de la ciudad.
- Edificios de oficinas o vivienda.

### *Estrategia*

Las acciones para conseguirlo deben pretender liberar a los edificios afectados por estructuras parásitas, y redistribuir estas estructuras en los lugares cuyo uso no se altere con la existencia de superestructuras que habiten su espacio aéreo. Los remanentes de terreno en la construcción de obras viales, estaciones de servicio, gasolineras, llanteras y agencias de autos, estacionamientos de locales comerciales o lotes residuales en colindancia con edificios altos, serían un blanco primario para probar alternativas.

El brote esporádico de algunas variaciones espectaculares de publicidad urbana, en los primeros puntos estratégicos, provocaría que se debiliten hasta hacerse obsoletos, los sistemas de anuncios que existen ahora. La estrategia no puede sustentarse en acciones violentas de despojo, sino en acciones de presencia localizada y crecimientos en serie que promuevan un enfoque diferente, más efectivo, de la comunicación en la ciudad.

### *Diez Tesis*

Las posibilidades de este ejercicio son prácticamente infinitas, a cada ciudad, zona, condición similar, o caso particular, una solución. Por esto el desarrollo completo de algunos ejemplos puede ser arquetipo, aunque de ningún modo el modelo para la solución. Este se vuelve un ejercicio importante para experimentar con los alcances y limitaciones de la propuesta en su concepción arquitectónica, y exponerla a las variaciones que se presentan en estos casos específicos.

La respuesta y el interés que provoca siempre este tema, hacen pensar que es una alternativa, que no escapa del todo a la realidad, altamente favorable para el crecimiento inminente de necesidades de espacio en ciudades como la nuestra. No se plantea ninguna fórmula nueva, la arquitectura de siempre: económica, adaptada, habitable, expresiva, afin a su medio. Con ocasiones poéticas.

Xavier Hierro Ozores  
Ciudad Universitaria , 26 de Agosto 30 de  
Noviembre, 1998

## Introducción y notas al prólogo

*"No existen obras terminadas, solo abandonadas."*

Mi padre parafraseando a Paul Valery

Tengo la impresión que cada vez que una persona va a desarrollar una tesis de cualquier grado y de cualquier carrera, ella comienza con un deseo muy personal, noble y tal vez vano, de que ésta se constituya en una valiosa aportación al mundo del conocimiento. Al mismo tiempo, me parece que la mayoría de la gente, o por lo menos la que comienza una tesis de Licenciatura, piensa que ésta se trata de una especie de práctica de laboratorio en la que se formulan una hipótesis y unos objetivos que, una vez llevados a cabo los experimentos o procedimientos necesarios, deberán dar un *cierto* o un *falso* como únicas respuestas posibles, prefiriéndose —obviamente— que la conclusión sea: *cierto*.

Suponiendo que lo anterior es *parcialmente cierto*, ¿qué pasa con las tesis de Licenciatura en Arquitectura? Para empezar, aquel deseo de aportar algo valioso se ve multiplicado exponencialmente debido a que, como buenos herederos del Movimiento Moderno y de Le Corbusier como su principal mesías, buena parte de los aspirantes a arquitecto —inclusive los graduados— podemos tender a pensar que *la arquitectura basta por sí sola para evitar las revoluciones, que la arquitectura es la revolución misma*. Si se cae en este tipo de pensamientos, lo que se tiene como resultado es la propuesta de temas de tesis aparentemente lo más novedosos, vanguardistas y polémicos posibles, tal como lo es el de la presente. Pero no sólo eso, sino que para terminar y no importando la novedad o polémica que pueda presentar el tema propuesto, se pretende que éste sea la hipótesis que hay que plantear y por lo tanto, el que se comprobará como *cierto* cuando se concluya con un proyecto arquitectónico y una investigación previa que lo sustente.

Fácilmente se puede inferir que lo anterior es equivalente a decir que si se desarrolla un *buen proyecto*, entonces la validez del tema está automáticamente probada. Por ejemplo: se demuestra que la problemática de los anuncios espectaculares en la Ciudad de México se resolverá planteando la habilitación de edificaciones nuevas que contemplen la incorporación de los propios anuncios, además de que dichas edificaciones resultarán más rentables si reciclan parte del material —*hipotéticamente* subutilizado— de los actuales anuncios; se demuestra que una fábrica textilera del s. XIX, localizada a veinte minutos de la ciudad de Oaxaca, se reciclará y conservará mediante el cambio hacia usos totalmente contemporáneos, ya sean para que la misma se convierta en una mediateca o en un centro de las artes; se demuestra que el Centro Histórico de la Ciudad de México se repoblará reincorporando usos habitacionales en la zona, ya sea mediante el reciclaje de edificios históricos, ya mediante la habilitación de edificaciones nuevas en terrenos baldíos o subutilizados. Ahora bien, si se concluye con un *mal proyecto*, ¿significa por ejemplo, que no se puede repoblar el Centro Histórico con usos habitacionales?, ¿por qué de un sinnúmero de respuestas arquitectónicas posibles, hay unas que validan el tema y otras que lo niegan?, ¿qué acaso no es la misma probabilidad o improbabilidad de las respuestas, las que convierten al proyecto arquitectónico en una hipótesis por comprobar? Ese es exactamente el problema de muchas de las tesis de Licenciatura en Arquitectura y sobretodo de la presente: se pretende comprobar una hipótesis con la propuesta de un proyecto, o sea, con el planteamiento de una hipótesis —obviamente probable o improbable— de entre un sinnúmero posible.

Como se habrá leído en el prólogo, partimos de la idea de que la presente tesis pudiera plantear una alternativa a los problemas que genera la habilitación caótica e indiscriminada de anuncios espectaculares en las vialidades de la Ciudad de México. A fin de cuentas, resultaba –y sigue resultando- una idea atractiva en tanto permitiría: proponer una salida intermedia entre las posturas de desaparición total versus el crecimiento indiscriminado; hacer una crítica a esa manera de entender lo urbano como una simple repartición de usos en unas superficies dadas, mismas en las que la noción de tres dimensiones –ya no hablemos de cuatro- parecieran inexistentes; conocer teorías nuevas –ya no tanto- sobre la percepción del espacio a diversas velocidades, sobre nociones como *el lugar*, *el no lugar*, etc.; demostrar a los publicistas el absurdo gasto de energía y material que mantienen con sus actuales anuncios, que el mismo material al reconfigurarse, podría generar espacio habitable y superficie publicitaria al mismo tiempo; proponer un criterio de racionalización de recursos, en tanto las nuevas edificaciones aprovecharían la infraestructura –supuestamente subutilizada por las actuales construcciones- que existe en las riberas de las vías rápidas; criticar a aquellos arquitectos que no conciben que la arquitectura también puede ser un símbolo bidimensional en el espacio; en fin, pretender ser *revolucionario* o mejor aún, el mesías de la revolución por venir... Después de tan embriagantes pensamientos, la pérdida del verdadero objeto de la tesis resulta inevitable.

¿Cuál es el objetivo de una tesis? En principio, demostrar que uno está capacitado para dedicarse a una profesión, lo que da como resultado que la única hipótesis por plantear es: puedo ser Arquitecto. Ahora bien, ¿qué pasa con todo lo que se menciona en el prólogo y en el párrafo anterior? Más allá de las frases omnipotentes y después de una resaca que sugería como única opción el abandono de la presente tesis, lo anterior resulta ser el escenario –hipótesis de trabajo si se quiere- con que *trabajaríamos* para desarrollar una respuesta de tipo arquitectónico, respuesta que demostraría si podemos ser arquitectos. Así las cosas, lo que se propone es: si existiera el planteamiento de que los anuncios espectaculares se convirtieran en edificaciones con superficie de exposición y espacios habitables (edificios-anuncios), al tiempo que fueran concentrados en ciertas zonas de las vías rápidas –para las que fueron ideados- como una manera de regularlos, así como una forma de aprovechar la supuesta subutilización de la infraestructura que existe en éstas vías, entonces ¿cuáles podrían ser dichas zonas y bajo que criterios?, ¿qué afectaciones sufrirían?, ¿de qué forma serían las relaciones entre los edificios-anuncios y las vías rápidas, entre éstos y los barrios localizados en las riberas de dichas vías?; dentro de la misma línea, si se planteara que para la construcción de estas edificaciones se reciclara parte de la estructura –sobre todo las columnas- que utilizan los espectaculares actuales, así como se aprovechara la iluminación que utilizan para iluminar algunas zonas de los nuevos edificios, entonces ¿cómo serían estos edificios?, ¿qué posibilidades formales podrían ser explotadas al momento de incorporar unas columnas tan voluminosas?, ¿cómo se aprovecharía la iluminación propia del anuncio sin que afectara los espacios habitables?, etc.

Como se puede observar, es a este tipo de preguntas que surgen a partir de la formulación de un escenario, que es posible generar una respuesta arquitectónica. Obviamente, se entiende que la respuesta que se presentará en esta tesis, es simplemente una de muchas respuestas posibles: es la que yo decidí tomar, la que yo supongo que demostrará que estoy en condiciones de ser arquitecto, es la propuesta que –a casi tres años de distancia- decidí *abandonarla* y presentarla como *acabada*. Así las cosas, se presenta a continuación un documento dividido en cinco capítulos: en el primero (“Antecedentes”), se presenta la investigación que desarrollamos sobre las vías rápidas y la publicidad exterior en

las ciudades, para después presentar la problemática propia de la Ciudad de México en cuanto a estos dos componentes, terminado con un análisis somero de casos parcialmente análogos (Las Vegas, Times Square y el edificio Ermita); en el capítulo dos ("Área de estudio general: Periférico, tramo Glorieta Vaquerito -Toreo"), se presentan los resultados del censo de anuncios y el levantamiento fotográfico que llevamos a cabo en -el ya lejano- septiembre de 1998, mismo que nos permitió acercarnos al problema, así como determinar las zonas de estudio específico y generar una propuesta de ordenación; en el capítulo tercero ("Zona de estudio específico: Nodo Periférico-Viaducto"), mostramos el análisis y diagnóstico de la zona que tuvimos que desarrollar para proponer el Plan Maestro de Imagen Urbana; en el capítulo cuatro ("Proyecto: Edificio de vivienda multifamiliar con comercio en PB") presento los datos y las características de los predios a intervenir y, obviamente, la propuesta en sí misma, las razones o las intenciones que le dieron forma, sus características, el programa, un criterio de factibilidad económica y, los planos y gráficos necesarios para su explicación; para terminar, el capítulo quinto muestra las conclusiones de la tesis, algunas de las cuales han sido esbozadas en la presente introducción.

Por último, quisiera aclarar algunas cosas respecto al tema. Por todo lo que se ha mencionado, pareciera que he dejado de creer en lo que se propone como el tema central de ésta y otras tesis desarrolladas por algunos compañeros, a lo que respondo que sigo creyendo en él, pero no más que eso, como ente social -más allá de querer ser arquitecto- y ante el problema que se quiera: *creo y propongo*. Resulta por demás claro que lo que se plantea como alternativa a la problemática de los anuncios espectaculares es una propuesta extremadamente polémica, sobretodo porque el problema de la publicidad en las calles está en que las empresas dedicadas a este negocio lucran con algo que es propiedad de todos: el espacio público. Bajo esta premisa, pareciera que la única opción es desaparecer la publicidad exterior de la faz de nuestras urbanizaciones, no obstante que la publicidad es una de las actividades más importantes en las ciudades actuales, mismas que han dejado de ser productoras de bienes y se han convertido en proveedoras de servicios que hay que *promocionar y vender*. No es que esté de acuerdo con los atropellos que llevan a cabo los publicistas que se dedican a este negocio, pero ¿qué acaso no se pueden lograr reglas de coexistencia y tolerancia para todos?, ¿qué acaso una serie de anuncios regulados y planeados no serían apreciados, no potenciaría el efecto que intentaba la publicidad exterior antes del caos en el que nos encontramos?, ¿qué acaso el edificio Ermita es despreciable por haber contemplado la incorporación de publicidad?, ¿qué no parte de su atractivo está en la publicidad que lo identificaba como el "edificio de la CANADA"? ¿cuál es el real atractivo de Times Square?.

Parafraseando a Miguel Hierro (uno de los principales críticos del presente tema, al tiempo que sinodal de ésta tesis): *lo que ustedes plantean es equivalente a decir que para resolver el problema de las drogas, lo que se necesita es generar algunas zonas de excepción*. Posiblemente así sea, estamos planteando que existan éstas zonas en las que se permitan los edificios-anuncios y ese no es el único punto flojo del planteamiento: ¿cómo se van a fusionar una constructora de anuncios con una constructora inmobiliaria?, ¿qué leyes y qué instrumentos para aplicarlas, garantizarán que los edificios-anuncios se desarrollen solamente en las zonas destinadas para ellos?, ¿cómo se lograría un esquema en el que las constructoras de anuncios generarían una serie de espacios habitables, mismos que debieran de ceder a los órganos de gobierno como una forma de compensación a la sociedad? Ante este tipo de preguntas, solo se puede responder que el presente trabajo es una propuesta, misma que debiera de ser discutida más allá de los ámbitos arquitectónicos,

misma que para su concreción necesitaría de algo más que unas cuantas tesis de arquitectura y una serie de arquitectos –en tránsito- con buenas intenciones.

## 1. Antecedentes

### *Ciudad, vías rápidas y publicidad exterior*

*"Somos bárbaros en lugares en los que se supone que deberíamos ser ciudadanos y el arte y la literatura no cesan de volver recurrentemente sobre las experiencias de aislamiento y soledad del hombre contemporáneo."<sup>1</sup>*

Como resultante de la revolución industrial y la explosión demográfica, las ciudades han cambiado radicalmente su tamaño, uso, morfología y manera de percibirse. Asimismo, la revolución industrial indujo un cambio representativo en las sociedades, éstas se convirtieron en una *sociedad de consumo*. Ahora, el fenómeno de ciudad está cada vez más apartado de la tradicional concepción de lo que fuera el orden urbano de antaño: equilibrado, armónico, proporcionado, delimitado, apropiable y arraigado. La idea de ciudad ya no es la de un espacio físico delimitado y centralizado, es más bien una región compuesta por múltiples centros, articulada por canales de flujo (vías rápidas y vialidades primarias), que parecen no tener principio ni fin, que aparentemente carecen de lugares y determinaciones.

### *Vías rápidas*

*"Yo soy el caracol que marcha completamente solo,  
igual me da un sitio que otro."  
Ruyard Kipling*

El sólo hecho de la explosión demográfica hubiera sido suficiente para propiciar el crecimiento de las ciudades. Sin embargo, es con la aparición de los medios automotrices (una de las más importantes invenciones de la revolución industrial) que las ciudades no sólo se expanden, sino que se dispersan incontrolablemente. La invención de este medio de transporte demandó -y sigue demandando- vías de comunicación acordes a sus características (velocidad, tamaño y número creciente), dando como resultado la aparición de una red de vialidades primarias y vías rápidas que se implantan indiscriminadamente en el tejido urbano y los alrededores de las ciudades. Asimismo, una vez consumada la unión entre los automóviles y dichas vías, fue posible fomentar un tipo de vida tranquila -casi campirana- en suburbios que no quedaran a más de unos minutos del centro de la ciudad.

La red vial –y sobretudo las vías rápidas- se han constituido en el mayor agente urbanizador de las ciudades y por tanto, las que más han transfigurado la percepción de las mismas. No sólo "...han ido acrecentando el radio de acción del hombre, poniendo al alcance de éste zonas cada vez más extensas..."<sup>2</sup>, sino que ha privilegiado a unas sobre otras, generando indeterminaciones y nula identidad en muchas de ellas, lo que se ve reflejado en la percepción caótica que en su conjunto producen muchas ciudades. Esta ha sido la problemática de las vías rápidas: por un lado, han permitido el desarrollo adecuado de

<sup>1</sup> de Solà Morales, Ignasi. "Diferencias. Topografía de la arquitectura contemporánea." Editorial Gustavo Gili, 1996. p. 119.

<sup>2</sup> Moles, Abraham & Rohmer, Elizabeth. "Psicología del espacio." Editorial Aguilera, 1972. p 73.

nuevas porciones de ciudad y han logrado conectar zonas anteriormente aisladas; por otro lado, han generado dispersión y deterioro en buena parte de las zonas que han cruzado.

El contexto de las vías rápidas ha sido poco estudiado por los especialistas. Es un tipo de espacio que se torna un tanto difuso, fragmentario y poco definido, en el que la percepción de la ciudad puede reducirse a la experiencia fugaz de un trayecto entre el refugio privado de la periferia y el espacio poco personal de los lugares de trabajo. Se construye así, una secuencia de vistas fragmentarias que posteriormente y en el mejor de los casos, pueden –mediante la memoria- constituirse en una vaga idea de lo que la ciudad es. La claridad de dichas secuencias dependerá en gran medida de lo que el contexto muestre, de ahí la necesidad de contar con una lectura clara del paisaje de la ciudad, que permita a la gente orientarse y saber que forma parte de un contexto mucho más amplio que su simple lugar de trabajo y de habitar.

La vía rápida se ha convertido en el espacio de tránsito por excelencia, tanto de automóviles como de objetos temporales. Por lo tanto, es necesario entender la nueva forma, la cual ya no cabe dentro de "...la concepción euclidiana del espacio como una continua, homogénea y estable determinación del universo tridimensional en el que nos movemos"<sup>3</sup>, aunque "...no es un caos, sino un nuevo orden espacial relacionado con el automóvil y la comunicación por autopista en una arquitectura que abandona la forma pura en favor de los medios mixtos."<sup>4</sup> Es necesario entender a las vías rápidas bajo dos perspectivas: por un lado, desde el interior como un *no lugar*, disperso, sin cerramientos ni direccionalidades, sin mayores referencias, el punto de tránsito entre un lugar y otro; por el otro y desde afuera, como los lugares formados por los distintos barrios de las riberas que se han desarrollado y deteriorado por y a pesar de las vías rápidas, con referencias y características propias.

Más allá de los efectos que las vías rápidas han traído consigo, lo que cabe preguntarse en este momento es: ¿cuáles son las calidades urbanas de este actor principal de las ciudades actuales?. Resulta necesario encontrar cuáles son los atributos de las vías rápidas que generaciones pasadas no repararon mayor cosa en investigar. La ya no tan nueva realidad requiere de nuevas medidas y programas que integren este espacio en el complejo urbano.

#### *Publicidad exterior*

*"La publicidad ha popularizado diversas escuelas o tipos de mensajes con un objetivo común, ensalzar y promover el consumo de productos y servicios. Tarea cada vez más difícil, no sólo por la enorme suma de anuncios y convocatorias que asedian al público de hoy por toda clase de medios, sino por la similitud de esos productos y servicios."<sup>5</sup>*

Como se ha mencionado anteriormente, la revolución industrial convirtió a las sociedades en *sociedades de consumo*. Este fue resultado en buena parte, de que la floreciente industria generó una gran variedad de *satisfactores* -ya fuera en número como en similitud- que era

<sup>3</sup> de Solà Morales "Diferencias. Topografía de la arquitectura contemporánea". Editorial Gustavo Gili, 1996. p. 111.

<sup>4</sup> Venturi, Robert & Scott Brown, Denise. "Aprendiendo de Las Vegas". Editorial Gustavo Gili, 1998. p. 102 en *notas de estudio*.

<sup>5</sup> Ferrer, Eulalio. "La escuela publicitaria del escándalo" en *La Jornada*, 29 de octubre de 1996.

necesario vender para obtener la buscada ganancia. Dada esta condición, los productores se vieron en la necesidad de promocionar y persuadir a la población para el consumo de sus productos, aún por encima de otros similares, dando como resultado la creación de la publicidad moderna.

Conviene aclarar que la medida no es nueva. Desde el principio de la historia humana el hombre ideó formas de comunicar ideas y *publicitar* productos, ya fuera mediante pinturas en las paredes de cavernas y el labrado de piedras, pintando murales, fijando carteles en la vía pública, ó imprimiendo periódicos y revistas. Sin embargo, es a finales del s. XIX que la publicidad aparece tal cual como hoy la conocemos. Ya no se trata de comunicar ideas religiosas, políticas o morales (posiblemente igual de consumibles), sino de persuadir a la población a que consuma productos y servicios, a convencerla de la *inmanente necesidad* – casi existencial- de poseerlos: "...en el ciudadano común el temor a no adquirir, el no poseer, terminan identificándose con el no existir; los elementos de consumo, transformados en auténtica meta-mercancia en las sociedades modernas, son las falsas mediaciones para prolongar la manera artificial del ser."<sup>6</sup>

Dado que su objetivo es dirigirse al mayor público posible, la publicidad se ha centrado en los medios de comunicación que mayor cantidad de gente puedan captar, siendo éstos en un principio, la radio, la televisión y los medios de información impresos (revistas y periódicos). Sin embargo y dados los cambios ocurridos en las últimas décadas, los esfuerzos de las agencias se han diversificado hacia la publicidad exterior. La razón es simple: ante la saturación de los medios electrónicos e impresos y por consiguiente la saturación de publicidad, así como el crecimiento de las ciudades que obliga a sus habitantes a desplazarse varios kilómetros, la publicidad exterior aparece como un medio eficaz para captar la atención de la gente, inclusive negándole la posibilidad de ignorarla. "En una era en la que la televisión, el radio y los impresos están fragmentándose cada vez más, la publicidad exterior mantiene su característica principal: no puede ser ignorada. Está ahí, en la calle, en tu cara, en tu mente, las 24 horas del día, todos los días."<sup>7</sup>

Este tipo de publicidad se compone básicamente de anuncios denominativos (aquellos que identifican a un negocio en su fachada o sobre el terreno que ocupa el inmueble) y de anuncios de propaganda ("los que se refieren a la difusión de marcas, productos, eventos, bienes, servicios... y que promuevan su venta, uso o consumo"<sup>8</sup>). Estos se conforman a su vez por la publicidad adherida en medios de transporte colectivo y en sus paraderos, los anuncios en el interior de centros comerciales y por los anuncios espectaculares o carteleros que se localizan preferentemente en las vialidades primarias y vías rápidas.

El caso de los anuncios espectaculares es uno de los ejemplos más representativos de la voracidad mercantil, de la necesidad de los comerciantes por vender cada vez más y más. Ideados -en formato y tamaño- para ser colocados en las vías rápidas, para ser vistos a alta velocidad, las carteleros han invadido las vialidades primarias e inclusive secundarias de muchas ciudades, pese a que no son de alta velocidad en estricto sentido. Asimismo y como se verá más adelante, los espectaculares aprovechan la poca conformación, indeterminación y deterioro de las riberas de las vías rápidas -amén de una legislación inadecuada o

<sup>6</sup> Fernández Alba, Antonio. "La metrópoli vacía". Editorial Anthropos. p. 152.

<sup>7</sup> Obtenido de <http://www.vendor.com>

<sup>8</sup> "Reglamento de anuncios para el Distrito Federal" en *Gaceta Oficial del Distrito Federal* no. 98, novena época.

insuficiente y su poca aplicación- de ciudades como la de México, produciendo un caos publicitario en el que la sobrepoblación de anuncios ha derivado en un mayor deterioro del contexto urbano, anulado inclusive, parte del efecto *seductor* y *persuasivo* que busca la publicidad en la habilitación de sus carteles.

### **Problemática de la Ciudad de México**

A principios de los años cuarenta, el crecimiento demográfico de la Ciudad de México y los consecuentes problemas de vialidad exigieron la creación de un sistema de vías rápidas y vialidades primarias que permitiera el transporte eficiente dentro de la ciudad y sus alrededores. A partir de este momento, se fue formando paulatinamente el sistema principal de vialidades que actualmente conocemos, el cual tomó como base el modelo realizado en las ciudades norteamericanas; en nuestro caso y hasta ahora, se encuentra constituido por dos anillos concéntricos: el Circuito Interior y el Periférico; junto a una serie de ejes transversales que forman una retícula oriente-poniente y norte-sur: los ejes viales, los viaductos y otras vialidades primarias (Insurgentes, Revolución, Reforma, Zaragoza, etc.); así como otras vías radiales. Dentro de este sistema, sólo 5 vías pueden considerarse —por lo menos en el papel- como vías rápidas o de acceso controlado: Periférico, la mayor parte de Circuito Interior, Viaducto Piedad, la calzada Ignacio Zaragoza y Viaducto Tlalpan. Es sobre este tejido, que se ha constituido y proliferado el fenómeno de los anuncios espectaculares.

### **La situación actual de las vialidades**

Desgraciadamente, el sistema vial de nuestra ciudad ha dejado de funcionar óptimamente, si es que alguna vez lo hizo. Las vialidades primarias se encuentran frecuentemente atascadas y las *vías rápidas* se convierten —por lo menos dos veces al día- en los *estacionamientos más grandes del mundo*. La razón de tal caos parecería ser muy simple, pues pareciera radicar en la imposibilidad de prever —aún en el más pesimista de los cálculos- que el parque vehicular iba a crecer de la manera en que lo hizo. Sin embargo, la razón de fondo se deriva de factores mucho más complejos:

- a) *La falta de planeación del crecimiento de la ciudad a partir de las nuevas vialidades.* Como se ha dicho en un capítulo anterior, resulta indudable que la Ciudad de México creció debido a la explosión demográfica y a las nuevas funciones que fue cumpliendo, pero que la dispersión de la misma se dio por el *norteamericanizante* tipo de vida que se promovió: la del suburbio *campirano* a pocos minutos del centro de la ciudad. Este tipo de vida —e inclusive de ciudad-propuesta, nos ha llevado a absurdos tales como que la gente que vive en el sur se desplaza hasta el norte para trabajar y viceversa; como que los sistemas de transferencia de transporte foráneo, las zonas industriales e incluso el aeropuerto, han quedado encerrados en el interior de la ciudad. Asimismo, no hay que olvidar a los *cinturones de miseria*, mismos que también contribuyen a la dispersión de la ciudad.
- b) *La poca promoción —e inclusive desestimulo- del transporte colectivo.* Este factor está en gran parte ligado al tipo de vida propuesto, en el que no sólo se promueve la vida en suburbios, sino también que el transporte sea de tipo individual. En tanto no se promociona el transporte colectivo eficiente, el aumento exponencial del parque vehicular es innegable.

- c) *El bajo presupuesto de la ciudad y las limitantes topográficas para el ensanchamiento y ampliación de la red vial.* Si partiéramos de la base que el tipo de vida y de transporte promovido es el correcto, entonces lo que ha faltado es ensanchar las vialidades existentes y construir nuevas, situación que si se ha llevado a cabo en los Estados Unidos (de donde copiamos el modelo). Sin embargo, esto ha sido prácticamente imposible en la Ciudad de México, ya que la misma no ha contado con los recursos necesarios.

Por otro lado y dejando atrás los problemas de saturación vehicular, la construcción y subsecuentes ampliaciones del sistema de vialidades principales ha provocado una serie de problemas que van desde la lotificación irregular, la subutilización del suelo, hasta la fractura y el deterioro de muchas de las zonas en las que se han implantado. Asimismo, con la construcción de las vías rápidas aparece la noción de *no lugar*, la idea de equivalencia topográfica en un espacio ilimitado, en el que la única relevancia son los puntos de origen y destino, sin importar *los lugares* intermedios. Como menciona Josep Maria Montaner: "en las autopistas, franjas de no lugares atraviesan lugares que sólo se anuncian pero nunca se visitan, que sólo se perciben velozmente."<sup>9</sup> Bajo esta premisa, aunado a la falta de presupuesto que se mencionaba anteriormente, las vías rápidas de la Ciudad de México se superponen sobre barrios ya constituidos, fracturándolos en tanto éstas se establecen como barreras infranqueables. Ejemplo de dicha situación es el caso del Periférico y su relación con el barrio de Tizapán (en los alrededores de Av. Toluca), mismo que fue partido en dos, perdiendo su identificación y entrando en un proceso de deterioro progresivo.<sup>10</sup>

Así también, cuando el implante de estas vías se dio en la periferia de la ciudad, la condición de deterioro y poca conformación no varió mayor cosa. Ante la indefinición y aridez de las riberas, se permitió el desarrollo de una serie asentamientos irregulares, producto de una nula planeación urbana, así como de las condiciones económicas propias de un *país en vías de desarrollo* como México, en el que la marginación y la pobreza de muchas de las regiones obligó a la gente a desplazarse hacia la capital, asentándose en la periferia urbana y en los bordes de las vías rápidas. En tanto se trata de asentamientos intempestivos, construidos bajo criterios de inmediatez e inclusive, de una supuesta provisionalidad que se ha convertido en permanencia, estos barrios resultan ser poco definidos, nulamente planeados, con un grado de identificación mínima.

En resumen, las vías rápidas de la Ciudad de México presentan en la mayoría de los casos una grave falta de fluidez vehicular, así como un grado de subutilización, deterioro, indefinición y poca identificación de los barrios que se localizan en sus riberas. Conviene mencionar que ha faltado desarrollar muchos más estudios respecto a las calidades espaciales de las vías rápidas y sus riberas, ha faltado terminar de comprender que en estos espacios se da la conjunción de dos percepciones totalmente distintas, la que se determina a

<sup>9</sup> Montaner, Josep Maria. "La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX". Editorial Gustavo Gili, 1997. p. 47

<sup>10</sup> Otro ejemplo podría ser el de la ampliación de la Calzada Zaragoza, en el que si bien se le dio unidad urbana al trayecto mediante los pasos a desnivel y las estaciones del Metro, se terminó de fragmentar las ligas de los barrios aledaños que de por sí ya se encontraban deteriorados y poco conformados. Asimismo, no puede olvidarse la trasgresión que sobre el patrón urbano efectuaron los ejes viales al momento de su construcción, mismos que afectaron drásticamente la forma de vida de las colonias constituidas, en tanto las mutilaron y las hicieron perder su escala peatonal, humana. Por último y como caso curioso, se encuentra la reformulación del trazo del Periférico en el cruce con Masarik, en el cual se dan dos curvas extremadamente peligrosas, lo que se debió a que fue materialmente imposible expropiar la propiedad de una señora con suficientes contactos en los medios de poder.

través de la velocidad natural: la velocidad de nuestros pasos; y la determinada por la velocidad de los automóviles: "El coche nos transporta a través de un paisaje de objetos llamativos y vistas sorprendentes, convirtiéndose el viaje en lo más cercano a una sucesión cinematográfica."<sup>11</sup>

### *Los anuncios espectaculares*

*"Todos recordamos la presencia de anuncios de gran formato llamados espectaculares o panorámicos, los veíamos, era normal desde nuestra infancia verlos en las llamadas puertas urbanas o salidas de la ciudad que generalmente han estado desconfiguradas y muy deterioradas."<sup>12</sup>*

Se ha hablado en el capítulo anterior de que la publicidad intenta dirigirse a la mayor cantidad de gente para persuadirla a comprar productos y servicios. Asimismo, se ha mencionado la problemática de las vías rápidas de la Ciudad de México, de su falta de fluidez vehicular, de la cantidad y longitud de los desplazamientos de sus habitantes, así como de su falta de definición urbana. Es en este contexto que la publicidad exterior comenzó a proliferar a finales de los setentas, poblando de anuncios espectaculares algunas porciones de las vías rápidas, tomando como punto de partida las salidas de la ciudad. Sin embargo, el problema se desbordó a principios de los noventas, cuando estos anuncios penetraron hacia el interior de la trama urbana y ya no sólo poblaron, sino que sobrepoblaron las riberas de las vías rápidas, así como comenzaron a insertarse en las vialidades primarias e inclusive secundarias, vías que en la mayor parte de los casos contaban con cierta identificación y una más o menos lograda conformación, mismas que empezaron a deteriorarse aceleradamente.

¿Por qué el problema se ha desbordado? sin duda alguna que los factores descritos anteriormente son una parte de la razón. Pero resulta que hay otras ciudades en el mundo, con problemáticas económicas y urbanas semejantes, en las cuales no se ha dado o no se ha permitido que los espectaculares se constituyan en un conflicto de las magnitudes que se presenta en nuestra ciudad. El factor determinante ha sido la nula o insuficiente legislación que ha existido para regular la publicidad exterior. En palabras de Héctor García Olvera: "se sabe que la reglamentación existente ha propiciado una atmósfera de compleja discrecionalidad y corrupción en las que se administran las licencias; que estas, en realidad, casi no se expiden; que el erario de la ciudad acumula pérdidas de hasta 24 millones de pesos anuales por concepto de este rubro y así el gobierno se autoanula para enfrentarlo. Sin embargo los anuncios espectaculares se instalan a granel; y para entender esto, deberá saberse que el tamaño del problema de los anuncios espectaculares se manifiesta con rasgos de hasta un 97 por ciento de ilicitud."<sup>13</sup>

De dicha legislación, así como del poco rigor del gobierno para aplicarla, se deriva que el negocio de los anuncios espectaculares sea uno de los de mayor ganancia y

<sup>11</sup> Geuze, Adrian. "El urbanita nómada y el espacio de la movilidad". Quaderns D'arquitectura i Urbanisme No. 213.

<sup>12</sup> Leal, Felipe. "Paisaje urbano: Anuncios espectaculares. Entrevista a Héctor García Olvera", en programa radiotónico *La arquitectura en el espacio y en el tiempo* No 82, Radio UNAM-CNCA, 28 de abril de 1998.

<sup>13</sup> García Olvera, Hector. "Paisaje urbano y anuncios espectaculares" en Bitácora No. 2 Revista de la Facultad de Arquitectura, 2000.

rentabilidad<sup>14</sup>. Las empresas dedicadas a este ramo son alrededor de 150, destacando dentro de las más importantes: Vendor (que cotiza en la Bolsa), Billboard, Strada y Publímex, reportando en su conjunto una inversión anual de \$12,000 a \$13,000 millones de dólares. En la mayor parte de los casos, la gran rentabilidad de las empresas se genera mediante una mecánica simple: "las compañías de publicidad exterior, mediante un contrato de arrendamiento [\$2,000 a \$8,000 pesos mensuales], obtienen el permiso del propietario de un inmueble para colocar sobre su terreno o azotea una estructura, visible desde una avenida o carretera, sobre la que eventualmente [sic] se colocarán anuncios comerciales,"<sup>15</sup> los que eventualmente se rentarán, dependiendo de su ubicación, tamaño e impacto publicitario, desde \$15,000 hasta \$150,000 pesos mensuales.

Por lo general, el mayor número de anuncios espectaculares se colocan principalmente en lotes donde la construcción es precaria y donde los dueños son de estratos sociales más bajos. Sin embargo, no se pueden soslayar los ejemplos en los que los espectaculares se han instalado en las azoteas y muros de colindancia de construcciones conformadas, en las que el nivel de ingreso de sus habitantes es estable, inclusive alto. La variedad de motivos para permitir la colocación de espectaculares es muy grande. Así lo muestra el caso de uno de los multifamiliares de la Unidad Independencia en San Jerónimo, en el que la renta del espectacular que se encuentra en la azotea del mismo permite pagar el mantenimiento del edificio. Así también, se encuentran ejemplos de edificios corporativos y de servicios en el cruce del Periférico con la zona de Polanco y Masarik. De cualquier manera, lo que muestran estos casos es que el negocio es completamente rentable: un mínimo de inversión (que a lo sumo llegará a \$150,000 pesos cuando se trate de la construcción de anuncios autosoportables) que en el peor de los casos, se recupera en unos diez meses.

Ahora bien, ¿cuál es el problema de los anuncios espectaculares en nuestra ciudad? Por un lado, parte de la respuesta es que el problema está en la saturación y la sobrepoblación de espectaculares que sufre la ciudad: los 7,500 anuncios con que goza nuestra urbe (datos de García Olvera), distribuidos a lo largo y ancho de ella a una altura de entre 30 y 40 metros de altura, han generado la mayor parte de la contaminación visual del contexto urbano actual e, inclusive, han ido en detrimento del propio negocio publicitario, ya que la gente no cuenta siquiera con los seis segundos mínimos necesarios -especificados por las propias agencias publicitarias- para captarlos.<sup>16</sup> Sin embargo, existe una problemática mucho más compleja: la de la apropiación del espacio público, la del lucro de unos cuantos con la propiedad de todos.

En tanto el espacio aéreo es de todos, lo que han llevado a cabo los anuncios espectaculares y sus persuasivos mensajes de consumo, es "...el seductor despojo... de la opción elemental, ciudadana y colectiva, del derecho a participar en la producción y gozo

<sup>14</sup> Al respecto, un boletín de prensa del Gobierno de la Ciudad menciona: "La saturación física y visual de los espacios más transitados de la Ciudad, y la anarquía que ha permitido la sobreposición de un anuncio sobre otro, sólo han sido posibles mediante la violación sistemática del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal, vigente desde 1988. Valores mal entendidos o negligencia extrema, permitieron que durante 5 años el reglamento fuera prácticamente inaplicable por ausencia de las normas técnicas que debieron publicarse desde el primer año. Posteriormente, aún con todo y normas, el fenómeno siguió creciendo bajo la tolerancia oficial." Dirección de Información, 08/XI/98

<sup>15</sup> Obtenido de <http://www.vendor.com>

<sup>16</sup> Si bien esta condición no se cumple cuando la velocidad en las vías coincide con la prevista para las mismas, no se puede ignorar que existen lapsos del día en el que la velocidad vehicular es a vuelta de rueda y por tanto, es posible contar con dichos seis segundos para captar los anuncios que se encuentran supuestamente superpuestos

visual del paisaje urbano, el despojo del derecho a percibir la espacialidad natural de la ciudad..."<sup>17</sup>. El problema está ahí, está en que hemos sido incapaces de entender la espacialidad urbana como un espacio tridimensional habitado por la gente; está en que sólo hemos entendido al espacio urbano como un problema de división de parcelas y determinación de usos en un territorio que pareciera solamente contar con dos dimensiones, en el que pareciera que la población está ausente. Esto queda claramente demostrado en la forma en que las empresas de publicidad logran colocar sus estructuras en terrenos privados: el problema no es el arrendamiento de 1 ó 2 m<sup>2</sup> de superficie a unos *jugosos* \$2,000 u \$8,000 pesos mensuales, el problema es la colocación de un poste de unos 30 metros de altura que soporta, una, dos, tres y hasta cuatro vejas de 7.20 x 12.80 metros, por unos -vistos de esta manera- ya no tan jugosos miles de pesos.

Resulta por demás obvio que el problema de la colocación de los anuncios espectaculares no es sólo del dueño del terreno (de vuelta la bidimensionalidad) o del edificio, pese a que pueda tener miedo y angustia ante "...la posibilidad real de que estos objetos se desplomen catastróficamente sobre sus viviendas -que ha sido un hecho real y concreto a la vez increíble y escandaloso-, sino a la permanente impresión o sensación de la posibilidad de ello."<sup>18</sup> Indudablemente que el problema es del colectivo de la ciudad, el problema es la imposición de barreras visuales con persuasivos contenidos, los riesgos presentes y el prácticamente anulado derecho de la sociedad para opinar y/o oponerse ante tales acciones, no importa que los anuncios se encuentren dentro de propiedad privada, mejor dicho: superficie privada.

Para terminar, quepa una reflexión respecto a que el *espacio es de todos*: si es cierto que el espacio urbano es propiedad de todos los ciudadanos y por tanto, que lo único que se puede concebir como propiedad privada es el terreno o predio, entonces ¿qué pasa con las edificaciones que se construyen en éstos?, ¿no se trata después de todo, de una apropiación del espacio de todos, de lucrar con la propiedad de la sociedad en beneficio de unos pocos?, ¿no es -en tanto se constituyen como barreras visuales al paisaje existente- una situación semejante a la que provocan los anuncios espectaculares?.... Valga hasta aquí la reflexión, misma que pudiera ser estudiada de manera profunda, misma que derivaría en otro tema de tesis.

### **Casos ¿análogos?**

La interrogante se plantea debido a que en buena parte, no se cuenta con un solo caso que sea auténticamente análogo al de la Ciudad de México. Evidentemente, existen analogías en los casos que se presentarán. Sin embargo y como se verá más adelante, prácticamente ninguno cumple cabalmente con la problemática a la que nos enfrentamos. Así las cosas, se presentan a continuación: Las Vegas, por su caracterización de vía rápida con edificios-anuncios; Time Square, por su condición de hitos urbanos aprovechados por la publicidad; y por último, el Edificio Ermita (popularmente conocido como "el edificio de la CANADA"), que sería lo más cercano a un caso análogo en estricto sentido.

<sup>17</sup> García Olvera, Hector. "Paisaje urbano y anuncios espectaculares" en Bitácora No. 2. Revista de la Facultad de Arquitectura, 2000.

<sup>18</sup> Idem

## Las Vegas

Ubicada en el desierto de Mojave, al oeste de los Estados Unidos, Las Vegas es la ciudad del juego y los espectáculos por excelencia. Fundada a principios del siglo XX y pensada como una ciudad de esparcimiento y recreación (compuesta principalmente por casinos y hoteles), se trata de una población en la que proliferan una gran cantidad de anuncios y mensajes publicitarios. Asimismo, dado su carácter comercial y de servicios, la mayor cantidad de los anuncios existentes son denominativos y se encuentran en la mayoría de los casos, formando parte de las fachadas de las edificaciones.

En lo que atañe a esta investigación, lo que importa de esta ciudad es la relación de sus edificaciones y complejos con la carretera 66, la cual conecta a Las Vegas con el aeropuerto. Si bien es cierto que el primer desarrollo de casinos y hoteles se da en Fremont Street, los cuales son edificios-anuncios en su mayor parte, es el desarrollo de una segunda generación de casinos y hoteles a lo largo de la carretera 66 o *Strip*, el que presenta mayor interés en tanto su percepción a alta velocidad desde un automóvil. "Las escalas del movimiento y el espacio –propias de la autopista– están en relación con la distancia entre los edificios; gracias a que éstos están muy separados, pueden ser percibidos a gran velocidad... Es significativo que Fremont Street sea más fotogénica que el *Strip*. Una sola tarjeta postal puede abarcar una vista del Golden Horseshoe, el Mint Hotel, el Golden Nugget y el Lucky Casino. En cambio, cualquier instantánea del *Strip* es menos espectacular; sus enormes espacios hay que contemplarlos como una secuencia en movimiento."<sup>19</sup>

Lo que resulta interesante de la relación entre el *Strip* y las edificaciones de sus riberas, es que nos encontramos ante otra manera de percibir y ordenar el espacio. Así las cosas, tenemos por un lado, que la arquitectura –entendida como forma– no resulta suficiente para la transmisión de mensajes en el vasto espacio percibido a gran velocidad, "la arquitectura no basta... la arquitectura de este paisaje se convierte en símbolo en el espacio más que forma en el espacio. La arquitectura define muy pocas cosas: el gran anuncio y el pequeño edificio son las reglas en la carretera 66."<sup>20</sup> Por el otro lado, tenemos que el orden de ritmos es de una complejidad casi caótica: en el *Strip* se superponen el ritmo continuo de los elementos que forman parte de la autopista (faroles, bordillos, cruces y vueltas, etc.) y el ritmo heterogéneo de los rótulos y edificios. Asimismo, es en éste sistema de contrapuntos donde se suceden una serie de usos comerciales (casinos, hoteles, capillas nupciales, pequeños moteles, estaciones de servicio, etc.) mezclados indiferenciadamente, sin necesidad de una proximidad de usos afines, en tanto que el movimiento se da en automóvil. "Uno conduce de un casino a otro, incluso cuando están contiguos a causa de la distancia que hay entre ellos, y nunca viene mal una estación de servicio en medio."<sup>21</sup>

Ahora bien, ¿qué pasa con la configuración de las construcciones que se encuentran a lo largo de la ribera del *Strip*? Generalmente y tomando como base los complejos de casinos-hoteles, éstos obedecen a un esquema en el que el edificio se encuentre lo suficientemente cerca de la autopista para verse desde la acera de enfrente, al tiempo que se encuentre lo suficientemente lejos de la misma para permitir la habilitación de vías de servicio y estacionamientos. La demás dotación de estacionamientos se da en los laterales del predio,

<sup>19</sup> Venturi, Robert & Scott Brown, Denise. "Aprendiendo de Las Vegas". Editorial Gustavo Gili, 1998. p. 73.

<sup>20</sup> Idem p. 35.

<sup>21</sup> Idem p. 58.

lo que permite el total aprovechamiento de las fachadas laterales para la transmisión de símbolos y mensajes: "la fachada lateral del complejo es importante porque se ve a gran distancia por los coches que se aproximan y durante más tiempo que la fachada principal."<sup>22</sup> De lo anterior, se puede deducir fácilmente que es la fachada trasera la que menos importa, la que menos cuidado presenta y la que no tiene algún estilo —ni como símbolo ni como objeto arquitectónico- definido.

Asimismo, conviene mencionar que el anterior tipo de configuración descrito es cumplido por las otras edificaciones, mucho más sencillas, pero que de igual forma siguen el mismo sistema de orientar sus elementos hacia la autopista, sobretodo sus símbolos y carteles. Curiosamente, dichos elementos que son los que definen la mayor parte de los hitos de Las Vegas, son al mismo tiempo los que más cambian y que más rápidamente envejecen, producto de la competencia desmedida: resulta sintomático que a pesar de tratarse de anuncios denominativos en los que no cambia ni el uso del edificio, ni su dueño y razón social, siempre se encuentren con la necesidad de cambiar e innovar permanentemente. Así las cosas, se puede observar que los anuncios *universales* de las estaciones de servicio (Texaco, Gulf, Esso, etc.) son hasta cuatro veces más grandes que en cualquier otra ciudad; que "...el Casino Golden Nugget ha pasado en tres años de ser un edificio con un solo rótulo a estar totalmente cubierto de anuncios; [que] el Hotel Stardust ha engullido un pequeño restaurante y un segundo hotel en su expansión y ha unido la triple fachada con seiscientos pies de neón programado con computador,"<sup>23</sup> etc.

Por último, la enseñanza de Las Vegas radica en que en este tipo de espacio, vasto y percibido a gran velocidad, puede ser mucho más importante el símbolo que la forma. Al mismo tiempo, no se puede olvidar que dichos símbolos tienen que ver con la promoción de servicios que se encuentran en el mismo lugar, en el mismo predio. De cualquier manera, lo que demuestra el ejemplo de esta ciudad, es que resulta necesario encontrar nuevos métodos de análisis urbano que nos permitan entender y representar el nuevo sistema, la nueva percepción de la ciudad. "Las técnicas de representación aprendidas de la arquitectura y del urbanismo obstaculizan nuestra comprensión de Las Vegas. Son estáticas donde la realidad es dinámica, delimitadas donde es abierta, bidimensionales donde es tridimensional... Las técnicas arquitectónicas son adecuadas para objetos grandes y anchos en el espacio, como los edificios, pero no para objetos delgados e intensos, como los rótulos o anuncios."<sup>24</sup>

### *Times Square*

Uno de los distritos más importantes de Nueva York, el lugar de los festejos de año nuevo, de los espectáculos teatrales (Broadway), Times Square es un lugar de información y entretenimiento en el que se da una concentración de anuncios como en pocas partes del mundo. Por los usos que se dan en éste distrito (teatros, hoteles, comercios varios, etc.), así como por la cantidad de anuncios que existen, este es uno de los lugares más visitados por los turistas en Nueva York, al tiempo que es un lugar de reunión para los propios neoyorquinos. Times Square es un lugar de historia y referencia para Estados Unidos, por ejemplo, en el se dio el festejo norteamericano del fin de la Segunda Guerra Mundial,

<sup>22</sup> Idem p. 73.

<sup>23</sup> Idem p. 59

<sup>24</sup> Idem p. 102 en *notas de estudio*.

inclusive hasta algunos piensan que dicha guerra terminó allí: "Es el lugar donde la guerra terminó: para muchos norteamericanos, la Segunda Guerra Mundial no terminó hasta que el fotógrafo de la revista Life capturó a aquel marinero besando a la enfermera entre aquella multitud reunida en Times Square". ["It's the place where wars end: For many Americans, World War II wasn't over until the Life magazine photographer captured that sailor kissing the nurse under Times Square's news ticker."] <sup>25</sup>

Sin duda alguna, resulta curioso que buena parte del atractivo de Times Square radique en la concentración de anuncios con que cuenta, los cuales -a diferencia del *Strip* de Las Vegas- se encuentran en un espacio contenido: una especie de plaza alargada que se extiende desde la calle 43 hasta la calle 47, donde Broadway intersecta la séptima avenida formando un ángulo agudo y en la cual, se da una escala mayoritariamente peatonal. Sin embargo, conviene aclarar que Times Square debe su éxito turístico y como lugar de reunión no solamente a los anuncios, se debe en buena medida al tipo de usos que en él se han dado, usos que propician la concentración de personas. Llamada en un principio Longacre Square, la zona cambia su nombre en 1903 a partir de la construcción del edificio de el periódico New York Times, el cual potencia el distrito que ya se perfilaba como un lugar de teatros y espectáculos, contando en dicho año con siete teatros. Dicha tendencia se refuerza en las siguientes tres décadas, cuando en la zona se construyen no menos de setenta locales teatrales, lo que hace que el distrito se convierta en un lugar de reunión.

Ahora bien, lo interesante es que no obstante Times Square se constituye -por el tipo de actividades que se desarrollan- en un punto de reunión y de referencia para los turistas y los propios neoyorquinos, son los anuncios los que terminan de reforzar la identificación del sitio, apareciendo prácticamente desde el principio: "por los tiempos de la Primera Guerra Mundial, Times Square atrajo a una gran cantidad de público de teatro y se convirtió obviamente, en objetivo de la publicidad. El primer gran cartel electrónico desplegado fue el de la goma de mascar Wrigley, el cual media cuatro pisos de alto y se mantuvo durante tres años, desde 1917 hasta 1920." ["by World War I, Times Square had attracted a large theater crowd and the square became an obvious target for advertising. The first large electric display billboard was the Wrigley's Chewing Gum advertisement that stood four stories tall and remained in the square for three years, from 1917 to 1920."] <sup>26</sup> El fenómeno ha llegado a tal punto, que se dan casos increíbles como que la estación de policía cuenta con un letrero de neón que esta más cercano al estilo publicitario que al tradicionalmente cívico, así como que el antiguo edificio del New York Times ha sido comprado para ser utilizado más como superficie publicitaria que como área habitable: " El año pasado [1997], la torre Times, la esbelta, el rascacielos de 1904 que fue alguna vez casa del New York Times, fue vendida por \$110 millones de dólares. ¿Por qué tanto, si el edificio no se puede rentar a partir del primer piso? Porque solamente la renta de los cuatro mayores anuncios de la cara norte ponen alrededor de \$7 millones de dólares anuales (la pantalla de video de 35 pies cuadrados de ITT, el vaso humeante de 40 pies de altura de Nissin Food y, el gigantesco espectacular de Budweiser se rentan cada uno entre \$1.5 y \$1.6 millones; y la renta mas cara de espacio y la mayor pantalla de video en la zona, la Panasonic Jumbotron, se renta alrededor de los \$2.4 millones.) Y eso sin contar la renta por las otras caras del edificio..." ["Last year [1997], the Times Tower, the slender, 1904 skyscraper that was once home to the New York Times, sold

<sup>25</sup> Bischoff, Dan. "St. Peter's Square has Bernini's developing colonnade, Trafalgar square has Nelson's soaring column, but Times Square has advertising, 24 hours a day." en *Metropolis-visible city*/febrero-marzo 1998. Revista electrónica en <http://www.metropolismag.com>

<sup>26</sup> Schlesinger, Erica. "Signs of Times." Artículo obtenido de <http://nm-server.jrn.columbia.edu/projects>

*for \$110 million. Why so much? Though the cramped building is considered unrentable above the first floor, the four major signs on its north side alone pull in some \$7 million annually. (ITT's 35-square-foot video screen, Nissin Foods' steaming 40-foot-high Cup O' Noodles, and Budweiser's giant billboard each rents for between \$1.5 and \$1.6 million; and the most expensive rental space and largest video screen in the square, the Panasonic Jumbotron, goes for \$2.4 million.) And that's not counting income from its other sides..."]<sup>27</sup>*

Por otro lado, conviene recalcar que la percepción del lugar se da mucho más a nivel peatonal que vehicular, lo cual es posiblemente lo que propicia la gran concentración de anuncios que existe. En tanto uno es peatón y por tanto, uno cuenta con mayor tiempo para observar cosas a lo largo de un trayecto, entonces es posible captar mayor cantidad de anuncios. Asimismo, al tratarse de un espacio contenido en el que se da una especie de plaza o por lo menos camellón peatonal, uno puede ver la publicidad y los eventos que suceden sin necesidad de mayor desplazamiento, de cumplir con un trayecto. Lo anterior puede tener su demostración en el hecho de que en los últimos tiempos, han proliferado una serie de pantallas de televisión, así como de tableros que presentan los resultados de la bolsa, etc., que obviamente requieren de un mayor tiempo de recepción que los anuncios tradicionales.

En conclusión, lo que demuestra Times Square es que pueden darse lugares en los que la publicidad exterior se constituye en un auténtico punto de referencia e identificación, en el que una densidad tan alta de anuncios no es necesariamente objeto de contaminación visual. Obviamente que las actividades que se desarrollan tienen mucho que ver en la identificación de Times Square, pero lo que se demuestra es que dicho distrito no podría concebirse sin la publicidad, la simbiosis entre los anuncios y los usos ha llegado a tal grado que es imposible desligarlos, separarlos. Inclusive, en los últimos tiempos se ha dado una gran discusión respecto a si esta zona debiera volver a alguna imagen del pasado -con anuncios incluidos- o por el contrario, dejar que siga fluyendo el espectáculo cambiante de los anuncios, que después de todo, son parte importantísima de las calidades y del desarrollo pasado y futuro de Times Square. "No estuvimos interesados en restaurar Times Square en función de un periodo ideal, los veintes o los treintas o la época que fue tu favorita; no quisimos hacer una reconstrucción del pasado... Ni que tampoco fuera un espacio diseñado uniformemente, mas bien que fuera hecho por cada uno, como un centro comercial. ["We weren't interested in restoring Times Square to some ideal period, the 1920s or the 1930s or whatever your favorite time was; we did not want it to be a reconstruction of the past... Nor was it a uniformly designed space, made by a single hand, like a shopping mall."] <sup>28</sup>

### *Edificio Ermita*

Ubicado en un terreno triangular muy esbelto, producto del cruce formado por Revolución y Av. Jalisco, el edificio Ermita es el primer ejemplo de un conjunto plurifuncional en México. Construido en el año de 1930 por el arquitecto Juan Segura, este edificio es un ejemplo de

<sup>27</sup> Bischoff, Dan. "St. Peter's Square has Bernini's developing colonnade, Trafalgar square has Nelson's soaring column, but Times Square has advertising, 24 hours a day." en *Metropolis-visible city*/febrero-marzo 1998 Revista electrónica en <http://www.metropolismag.com>

<sup>28</sup> Entrevista al diseñador gráfico Timor Kalman (colaborador de Robert M. Stern en el Proyecto de Rehabilitación llamado *42nd Street Now!*), en artículo de Bischoff, Dan "St. Peter's Square has Bernini's developing colonnade, Trafalgar square has Nelson's soaring column, but Times Square has advertising, 24 hours a day" en *Metropolis-visible city*/febrero-marzo 1998. Revista electrónica en <http://www.metropolismag.com>

cómo resolver satisfactoriamente un problema de vivienda integrada a otros usos y funciones urbanas. Así las cosas, se trata de un "edificio especialmente afortunado tanto por su condición de signo urbano en Tacubaya ante las lecturas distintas que arman el contexto de la zona, como por su eficacia como área comercial de fricción, como cine, con acceso liberado a los movimientos de tránsito urbano y como vivienda, que, pese a su ubicación, logra una vida comunitaria íntima y silenciosa."<sup>29</sup>

Por si fuera poco, el mejor conocido –fuera de ámbitos arquitectónicos- como *el edificio de la CANADA*, resuelve también esto: el problema de la publicidad. Al ser el extremo norte del predio el más estrecho, al tiempo de que se trata de la esquina que cuenta con el mejor remate visual en tanto puede percibirse desde Revolución, Juan Segura ochava el vértice del predio triangular, produciendo una fachada ciega que es la más alta de todas y que a su vez se remata mediante tres cornisas que vuelan progresivamente. Asimismo, el tratamiento de los bordes de la fachada se da mediante el boleó de las aristas con una especie de almohadillado, lo que da como resultado el encuadre visual de la fachada ciega que, como único tratamiento, presenta un material estriado en el que se sobreponen los letreros de neón.

¿Podría argumentarse que el edificio Ermita no fue diseñado para alojar un anuncio en su fachada de remate hacia Revolución? Me parece difícil, ya que por el tratamiento anteriormente descrito, resulta claro –por lo menos desde la perspectiva actual- que lo que se busca es una superficie de exposición... de acuerdo, no necesariamente de exposición comercial pero si de algún tipo de gráfico, ya fuera este un mural, un letrero con el nombre del propio edificio o del cine que en él se encuentra, ya por último, el propio anuncio de CANADA que fue el que más persistió y por tanto, el que le dio el popular mote de *el edificio de la CANADA*. Ahora bien, si el argumento se mantuviese, valgan algunos cuestionamientos: ¿por qué teniendo un remate tan importante hacia Revolución, se propone una fachada ciega que es inclusive el punto más alto de todo el edificio?, ¿por qué no haber propuesto una serie de ventanas que, como elementos arquitectónicos, hubieran ayudado a resolver la composición del remate más importante de todo el edificio?, ¿para qué enmarcar una superficie sólida y ciega, si dicha superficie se trata tan neutramente?, etc.

Por último y como conclusión, se puede decir que el edificio Ermita es un gran ejemplo de cómo puede ser incorporada la publicidad a una construcción arquitectónica. Asimismo, a diferencia de los dos casos presentados anteriormente, se demuestra que los anuncios no tienen que estar necesariamente relacionados con los usos propios de la edificación, así como que pueden convivir con usos de tipo habitacional y no solamente comercial y de servicios. Obviamente, se demuestra también que la publicidad puede convertirse en una referencia urbana, a pesar de que el mensaje y el anuncio sea menos permanente que el edificio mismo.

## **2. Área de estudio general: Periférico, tramo Glorieta Vaqueritos-Toreo**

El anillo Periférico es posiblemente la *via rápida* más importante de la Ciudad de México y por tanto, una de las vías con mayor cantidad de anuncios espectaculares. Asimismo, dada su longitud, el Periférico presenta una gran variedad de condiciones que van desde las características propias del recorrido vial (rectas, curvas, nodos, tráfico intenso, etc.), hasta

<sup>29</sup> INFONAVIT. "La vivienda comunitaria en México" INFONAVIT, 1988. p. 270.

aquellas que determinan las diversas porciones de ciudad que cruza (características económicas, de usos del suelo, de imagen urbana, etc.).

En función de estas condiciones, se decidió acotar el área de estudio al tramo comprendido entre la Glorieta Vaqueritos y el Toreo de Cuatro Caminos, mismo que cuenta con una gran diversidad de situaciones respecto a la habilitación de anuncios. Se consideró que gracias a esta delimitación, el estudio podría generar una serie de conclusiones relacionadas al fenómeno de los espectaculares en el Periférico e inclusive, dado su carácter general, hacerlas extensivas a las demás vías rápidas de la ciudad.

### ***La magnitud del problema***

Durante el mes de Septiembre de 1998, llevamos a cabo el censo de los anuncios espectaculares localizados dentro de nuestra área de estudio. El desarrollo de dicho conteo permitió obtener una gran cantidad de datos cuantitativos (numero total de anuncios, tipo de estructura portante, etc.), así como identificar las principales constantes que presentan las zonas con mayor densidad de espectaculares, ya sean determinadas por las características inherentes al Periférico como vía rápida, ya por las características propias de los barrios colindantes con el mismo.

El estudio dio como resultado un total de 945 imágenes de anuncios, distribuidas en 593 pedestales o soportes (muros de colindancia, armaduras sobre azoteas y postes auto sustentados) a lo largo de un trayecto de 32 Km. Mediante una división simple, se encuentra que la densidad media de anuncios en el tramo Vaqueritos-Toreo es de 29.5 imágenes por Km., lo que es igual a una imagen cada 2 segundos a un promedio de velocidad de 60 Km/h. Sin embargo, al tomar en cuenta la localización de los pedestales por cuadra, así como por la división de todo el trayecto en tramos más cortos (por ejemplo de Barranca del Muerto a San Antonio), el estudio arroja datos más precisos respecto a los recorridos con mayor densidad. (ver gráfico "Densidad de Anuncios")

Así las cosas, se encuentran varios tramos que superan la densidad media de anuncios, los cuales son: de Altavista a B. del Muerto, 38 anuncios x Km.; de B. del Muerto a San Antonio, 85.4 anuncios x Km. (!) y; de San Antonio a Constituyentes, 38.1 anuncios x Km. De lo anterior, se deduciría fácilmente que el tramo comprendido entre Altavista y Constituyentes, resulta el recorrido con mayor saturación de espectaculares. Sin embargo, al complementar este criterio con las zonas de mayor concentración de anuncios en cada uno de los tramos, se encuentran puntos conflictivos en segmentos con un promedio de densidad menor a la media, puntos que debieran ser abordados y estudiados.

Por otro lado, el conteo mostró que el 52% de los pedestales o soportes eran del tipo de postes auto soportados, lo que se traduce en aproximadamente 4,893 metros lineales de postes de acero con un diámetro que va de 0.90 a 1.50 metros. Partiendo del supuesto que este tipo de estructura pudiera ser reciclada para la construcción de nuevos edificios, se plantea el siguiente comparativo hipotético: la longitud total de los postes de acero serviría para construir la estructura de columnas de cuatro edificios de la Rectoría de C.U. Obviamente, la comprobación de esta hipótesis necesita de un estudio preciso respecto a la resistencia estructural de los postes utilizados en los anuncios, tomando en cuenta que las columnas de la Rectoría son de concreto, con un diámetro aproximado de 60 cm. y que libran claros de 7.40 x 7.40 metros.

TORERO (km 31.0)

PEDESTALES					ANUNCIOS							
TIPO		DISEÑO			TIPO							
DUPL	TRIP	ANTERIOR	POSTERIOR	OTRO	1	2	3	4	5	6	7	8
1547	507	277	21	87	245	444	197	491	5	62	107	7
1547	507	468	12	176	1002	478	212	712	5	62	107	7

Fm 30.4/31.8  
EJERCITO NACIONAL-TORERO  
12.2 anun. x km

Fm 28.2/30.0  
REFORMA-EJERCITO NACIONAL  
25.6 anun. x km

Fm 26.0/26.2  
CONSTITUYENTES-REFORMA  
0.9 anun. x km

Fm 20.7/26.0  
SAN ANTONIO-CONSTITUYENTES  
38.1 anun. x km

Fm 18.3/20.7  
B. DEL MUERTO-SAN ANTONIO  
85.4 anun. x km

Fm 16.3/18.3  
ALTAVISTA-B. DEL MUERTO  
38.0 anun. x km

Fm 14.0/16.3  
SAN JERONIMO-ALTAVISTA  
24.8 anun. x km

Fm 12.4/14.0  
LUIS CABRERA-SAN JERONIMO  
21.5 anun. x km

Fm 9.6/12.4  
CAMP. AJUICO-LUIS CABRERA  
22.1 anun. x km

Fm 5.2/9.4  
25400-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20-21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31-32-33-34-35-36-37-38-39-40-41-42-43-44-45-46-47-48-49-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-61-62-63-64-65-66-67-68-69-70-71-72-73-74-75-76-77-78-79-80-81-82-83-84-85-86-87-88-89-90-91-92-93-94-95-96-97-98-99-100-101-102-103-104-105-106-107-108-109-110-111-112-113-114-115-116-117-118-119-120-121-122-123-124-125-126-127-128-129-130-131-132-133-134-135-136-137-138-139-140-141-142-143-144-145-146-147-148-149-150-151-152-153-154-155-156-157-158-159-160-161-162-163-164-165-166-167-168-169-170-171-172-173-174-175-176-177-178-179-180-181-182-183-184-185-186-187-188-189-190-191-192-193-194-195-196-197-198-199-200-201-202-203-204-205-206-207-208-209-210-211-212-213-214-215-216-217-218-219-220-221-222-223-224-225-226-227-228-229-230-231-232-233-234-235-236-237-238-239-240-241-242-243-244-245-246-247-248-249-250-251-252-253-254-255-256-257-258-259-260-261-262-263-264-265-266-267-268-269-270-271-272-273-274-275-276-277-278-279-280-281-282-283-284-285-286-287-288-289-290-291-292-293-294-295-296-297-298-299-300-301-302-303-304-305-306-307-308-309-310-311-312-313-314-315-316-317-318-319-320-321-322-323-324-325-326-327-328-329-330-331-332-333-334-335-336-337-338-339-340-341-342-343-344-345-346-347-348-349-350-351-352-353-354-355-356-357-358-359-360-361-362-363-364-365-366-367-368-369-370-371-372-373-374-375-376-377-378-379-380-381-382-383-384-385-386-387-388-389-390-391-392-393-394-395-396-397-398-399-400-401-402-403-404-405-406-407-408-409-410-411-412-413-414-415-416-417-418-419-420-421-422-423-424-425-426-427-428-429-430-431-432-433-434-435-436-437-438-439-440-441-442-443-444-445-446-447-448-449-450-451-452-453-454-455-456-457-458-459-460-461-462-463-464-465-466-467-468-469-470-471-472-473-474-475-476-477-478-479-480-481-482-483-484-485-486-487-488-489-490-491-492-493-494-495-496-497-498-499-500-501-502-503-504-505-506-507-508-509-510-511-512-513-514-515-516-517-518-519-520-521-522-523-524-525-526-527-528-529-530-531-532-533-534-535-536-537-538-539-540-541-542-543-544-545-546-547-548-549-550-551-552-553-554-555-556-557-558-559-560-561-562-563-564-565-566-567-568-569-570-571-572-573-574-575-576-577-578-579-580-581-582-583-584-585-586-587-588-589-590-591-592-593-594-595-596-597-598-599-600-601-602-603-604-605-606-607-608-609-610-611-612-613-614-615-616-617-618-619-620-621-622-623-624-625-626-627-628-629-630-631-632-633-634-635-636-637-638-639-640-641-642-643-644-645-646-647-648-649-650-651-652-653-654-655-656-657-658-659-660-661-662-663-664-665-666-667-668-669-670-671-672-673-674-675-676-677-678-679-680-681-682-683-684-685-686-687-688-689-690-691-692-693-694-695-696-697-698-699-700-701-702-703-704-705-706-707-708-709-710-711-712-713-714-715-716-717-718-719-720-721-722-723-724-725-726-727-728-729-730-731-732-733-734-735-736-737-738-739-740-741-742-743-744-745-746-747-748-749-750-751-752-753-754-755-756-757-758-759-760-761-762-763-764-765-766-767-768-769-770-771-772-773-774-775-776-777-778-779-780-781-782-783-784-785-786-787-788-789-790-791-792-793-794-795-796-797-798-799-800-801-802-803-804-805-806-807-808-809-810-811-812-813-814-815-816-817-818-819-820-821-822-823-824-825-826-827-828-829-830-831-832-833-834-835-836-837-838-839-840-841-842-843-844-845-846-847-848-849-850-851-852-853-854-855-856-857-858-859-860-861-862-863-864-865-866-867-868-869-870-871-872-873-874-875-876-877-878-879-880-881-882-883-884-885-886-887-888-889-890-891-892-893-894-895-896-897-898-899-900-901-902-903-904-905-906-907-908-909-910-911-912-913-914-915-916-917-918-919-920-921-922-923-924-925-926-927-928-929-930-931-932-933-934-935-936-937-938-939-940-941-942-943-944-945-946-947-948-949-950-951-952-953-954-955-956-957-958-959-960-961-962-963-964-965-966-967-968-969-970-971-972-973-974-975-976-977-978-979-980-981-982-983-984-985-986-987-988-989-990-991-992-993-994-995-996-997-998-999-1000-1001-1002-1003-1004-1005-1006-1007-1008-1009-1010-1011-1012-1013-1014-1015-1016-1017-1018-1019-1020-1021-1022-1023-1024-1025-1026-1027-1028-1029-1030-1031-1032-1033-1034-1035-1036-1037-1038-1039-1040-1041-1042-1043-1044-1045-1046-1047-1048-1049-1050-1051-1052-1053-1054-1055-1056-1057-1058-1059-1060-1061-1062-1063-1064-1065-1066-1067-1068-1069-1070-1071-1072-1073-1074-1075-1076-1077-1078-1079-1080-1081-1082-1083-1084-1085-1086-1087-1088-1089-1090-1091-1092-1093-1094-1095-1096-1097-1098-1099-1100-1101-1102-1103-1104-1105-1106-1107-1108-1109-1110-1111-1112-1113-1114-1115-1116-1117-1118-1119-1120-1121-1122-1123-1124-1125-1126-1127-1128-1129-1130-1131-1132-1133-1134-1135-1136-1137-1138-1139-1140-1141-1142-1143-1144-1145-1146-1147-1148-1149-1150-1151-1152-1153-1154-1155-1156-1157-1158-1159-1160-1161-1162-1163-1164-1165-1166-1167-1168-1169-1170-1171-1172-1173-1174-1175-1176-1177-1178-1179-1180-1181-1182-1183-1184-1185-1186-1187-1188-1189-1190-1191-1192-1193-1194-1195-1196-1197-1198-1199-1200-1201-1202-1203-1204-1205-1206-1207-1208-1209-1210-1211-1212-1213-1214-1215-1216-1217-1218-1219-1220-1221-1222-1223-1224-1225-1226-1227-1228-1229-1230-1231-1232-1233-1234-1235-1236-1237-1238-1239-1240-1241-1242-1243-1244-1245-1246-1247-1248-1249-1250-1251-1252-1253-1254-1255-1256-1257-1258-1259-1260-1261-1262-1263-1264-1265-1266-1267-1268-1269-1270-1271-1272-1273-1274-1275-1276-1277-1278-1279-1280-1281-1282-1283-1284-1285-1286-1287-1288-1289-1290-1291-1292-1293-1294-1295-1296-1297-1298-1299-1300-1301-1302-1303-1304-1305-1306-1307-1308-1309-1310-1311-1312-1313-1314-1315-1316-1317-1318-1319-1320-1321-1322-1323-1324-1325-1326-1327-1328-1329-1330-1331-1332-1333-1334-1335-1336-1337-1338-1339-1340-1341-1342-1343-1344-1345-1346-1347-1348-1349-1350-1351-1352-1353-1354-1355-1356-1357-1358-1359-1360-1361-1362-1363-1364-1365-1366-1367-1368-1369-1370-1371-1372-1373-1374-1375-1376-1377-1378-1379-1380-1381-1382-1383-1384-1385-1386-1387-1388-1389-1390-1391-1392-1393-1394-1395-1396-1397-1398-1399-1400-1401-1402-1403-1404-1405-1406-1407-1408-1409-1410-1411-1412-1413-1414-1415-1416-1417-1418-1419-1420-1421-1422-1423-1424-1425-1426-1427-1428-1429-1430-1431-1432-1433-1434-1435-1436-1437-1438-1439-1440-1441-1442-1443-1444-1445-1446-1447-1448-1449-1450-1451-1452-1453-1454-1455-1456-1457-1458-1459-1460-1461-1462-1463-1464-1465-1466-1467-1468-1469-1470-1471-1472-1473-1474-1475-1476-1477-1478-1479-1480-1481-1482-1483-1484-1485-1486-1487-1488-1489-1490-1491-1492-1493-1494-1495-1496-1497-1498-1499-1500-1501-1502-1503-1504-1505-1506-1507-1508-1509-1510-1511-1512-1513-1514-1515-1516-1517-1518-1519-1520-1521-1522-1523-1524-1525-1526-1527-1528-1529-1530-1531-1532-1533-1534-1535-1536-1537-1538-1539-1540-1541-1542-1543-1544-1545-1546-1547-1548-1549-1550-1551-1552-1553-1554-1555-1556-1557-1558-1559-1560-1561-1562-1563-1564-1565-1566-1567-1568-1569-1570-1571-1572-1573-1574-1575-1576-1577-1578-1579-1580-1581-1582-1583-1584-1585-1586-1587-1588-1589-1590-1591-1592-1593-1594-1595-1596-1597-1598-1599-1600-1601-1602-1603-1604-1605-1606-1607-1608-1609-1610-1611-1612-1613-1614-1615-1616-1617-1618-1619-1620-1621-1622-1623-1624-1625-1626-1627-1628-1629-1630-1631-1632-1633-1634-1635-1636-1637-1638-1639-1640-1641-1642-1643-1644-1645-1646-1647-1648-1649-1650-1651-1652-1653-1654-1655-1656-1657-1658-1659-1660-1661-1662-1663-1664-1665-1666-1667-1668-1669-1670-1671-1672-1673-1674-1675-1676-1677-1678-1679-1680-1681-1682-1683-1684-1685-1686-1687-1688-1689-1690-1691-1692-1693-1694-1695-1696-1697-1698-1699-1700-1701-1702-1703-1704-1705-1706-1707-1708-1709-1710-1711-1712-1713-1714-1715-1716-1717-1718-1719-1720-1721-1722-1723-1724-1725-1726-1727-1728-1729-1730-1731-1732-1733-1734-1735-1736-1737-1738-1739-1740-1741-1742-1743-1744-1745-1746-1747-1748-1749-1750-1751-1752-1753-1754-1755-1756-1757-1758-1759-1760-1761-1762-1763-1764-1765-1766-1767-1768-1769-1770-1771-1772-1773-1774-1775-1776-1777-1778-1779-1780-1781-1782-1783-1784-1785-1786-1787-1788-1789-1790-1791-1792-1793-1794-1795-1796-1797-1798-1799-1800-1801-1802-1803-1804-1805-1806-1807-1808-1809-1810-1811-1812-1813-1814-1815-1816-1817-1818-1819-1820-1821-1822-1823-1824-1825-1826-1827-1828-1829-1830-1831-1832-1833-1834-1835-1836-1837-1838-1839-1840-1841-1842-1843-1844-1845-1846-1847-1848-1849-1850-1851-1852-1853-1854-1855-1856-1857-1858-1859-1860-1861-1862-1863-1864-1865-1866-1867-1868-1869-1870-1871-1872-1873-1874-1875-1876-1877-1878-1879-1880-1881-1882-1883-1884-1885-1886-1887-1888-1889-1890-1891-1892-1893-1894-1895-1896-1897-1898-1899-1900-1901-1902-1903-1904-1905-1906-1907-1908-1909-1910-1911-1912-1913-1914-1915-1916-1917-1918-1919-1920-1921-1922-1923-1924-1925-1926-1927-1928-1929-1930-1931-1932-1933-1934-1935-1936-1937-1938-1939-1940-1941-1942-1943-1944-1945-1946-1947-1948-1949-1950-1951-1952-1953-1954-1955-1956-1957-1958-1959-1960-1961-1962-1963-1964-1965-1966-1967-1968-1969-1970-1971-1972-1973-1974-1975-1976-1977-1978-1979-1980-1981-1982-1983-1984-1985-1986-1987-1988-1989-1990-1991-1992-1993-1994-1995-1996-1997-1998-1999-2000-2001-2002-2003-2004-2005-2006-2007-2008-2009-2010-2011-2012-2013-2014-2015-2016-2017-2018-2019-2020-2021-2022-2023-2024-2025-2026-2027-2028-2029-2030-2031-2032-2033-2034-2035-2036-2037-2038-2039-2040-2041-2042-2043-2044-2045-2046-2047-2048-2049-2050-2051-2052-2053-2054-2055-2056-2057-2058-2059-2060-2061-2062-2063-2064-2065-2066-2067-2068-2069-2070-2071-2072-2073-2074-2075-2076-2077-2078-2079-2080-2081-2082-2083-2084-2085-2086-2087-2088-2089-2090-2091-2092-2093-2094-2095-2096-2097-2098-2099-2100-2101-2102-2103-2104-2105-2106-2107-2108-2109-2110-2111-2112-2113-2114-2115-2116-2117-2118-2119-2120-2121-2122-2123-2124-2125-2126-2127-2128-2129-2130-2131-2132-2133-2134-2135-2136-2137-2138-2139-2140-2141-2142-2143-2144-2145-2146-2147-2148-2149-2150-2151-2152-2153-2154-2155-2156-2157-2158-2159-2160-2161-2162-2163-2164-2165-2166-2167-2168-2169-2170-2171-2172-2173-2174-2175-2176-2177-2178-2179-2180-2181-2182-2183-2184-2185-2186-2187-2188-2189-2190-2191-2192-2193-2194-2195-2196-2197-2198-2199-2200-2201-2202-2203-2204-2205-2206-2207-2208-2209-2210-2211-2212-2213-2214-2215-2216-2217-2218-2219-2220-2221-2222-2223-2224-2225-2226-2227-2228-2229-2230-2231-2232-2233-2234-2235-2236-2237-2238-2239-2240-2241-2242-2243-2244-2245-2246-2247-2248-2249-2250-2251-2252-2253-2254-2255-2256-2257-2258-2259-2260-2261-2262-2263-2264-2265-2266-2267-2268-2269-2270-2271-2272-2273-2274-2275-2276-2277-2278-2279-2280-2281-2282-2283-2284-2285-2286-2287-2288-2289-2290-2291-2292-2293-2294-2295-2296-2297-2298-2299-2300-2301-2302-2303-2304-2305-2306-2307-2308-2309-2310-2311-2312-2313-2314-2315-2316-2317-2318-2319-2320-2321-2322-2323-2324-2325-2326-2327-2328-2329-2330-2331-2332-2333-2334-2335-2336-2337-2338-2339-2340-2341-2342-2343-2344-2345-2346-2347-2348-2349-2350-2351-2352-2353-2354-2355-2356-2357-2358-2359-2360-2361-2362-2363-2364-2365-2366-2367-2368-2369-2370-2371-2372-2373-2374-2375-2376-2377-2378-2379-2380-2381-2382-2383-2384-2385-2386-2387-2388-2389-2390-2391-2392-2393-2394-2395-2396-2397-2398-2399-2400-2401-2402-2403-2404-2405-2406-2407-2408-2409-2410-2411-2412-2413-2414-2415-2416-2417-2418-2419-2420-2421-2422-2423-2424-2425-2426-2427-2428-2429-2430-2431-2432-2433-2434-2435-2436-2437-2438-2439-2440-2441-2442-2443-2444-2445-2446-2447-2448-2449-2450-2451-2452-2453-2454-2455-2456-2457-2458-2459-2460-2461-2462-2463-2464-2465-246

Por último y como una comparación singular, es necesario mencionar que con la superficie total de anuncios localizados entre Vaqueritos y Toreo (53,595 m<sup>2</sup>), sería posible cubrir las fachadas de la torre de Rectoría en 11 veces. Sin duda alguna, el planteamiento de este tipo de comparativos no significa que todo el material utilizado en la habilitación de espectaculares debiera ser reciclado en la construcción de nuevos edificios, simplemente se trata de mostrar de una forma más tangible cuál es la magnitud del material utilizado.

### ***Determinación de zonas de estudio y propuesta de ordenación***

Previo al censo de los espectaculares, suponíamos que la localización más común de los anuncios -y por tanto las zonas con mayor concentración- eran todos aquellos remates viales generados por el recorrido, tales como curvas e intersecciones con vialidades importantes (nodos). Asimismo, la concentración de los mismos parecía estar determinada por zonas de gran deterioro y/o zonas no configuradas en términos de imagen urbana. Sin embargo, el estudio mostró que no todos los casos donde se ubican gran cantidad de espectaculares cumplen con estas premisas. Es el caso de los tramos de Viaducto Tlalpan a Insurgentes y de Molinos a San Antonio -en los que las trayectorias son prácticamente rectas- así como en la zona de Polanco (entre Reforma y Ejército Nacional), que presenta poco deterioro y una conformación urbana más o menos lograda.

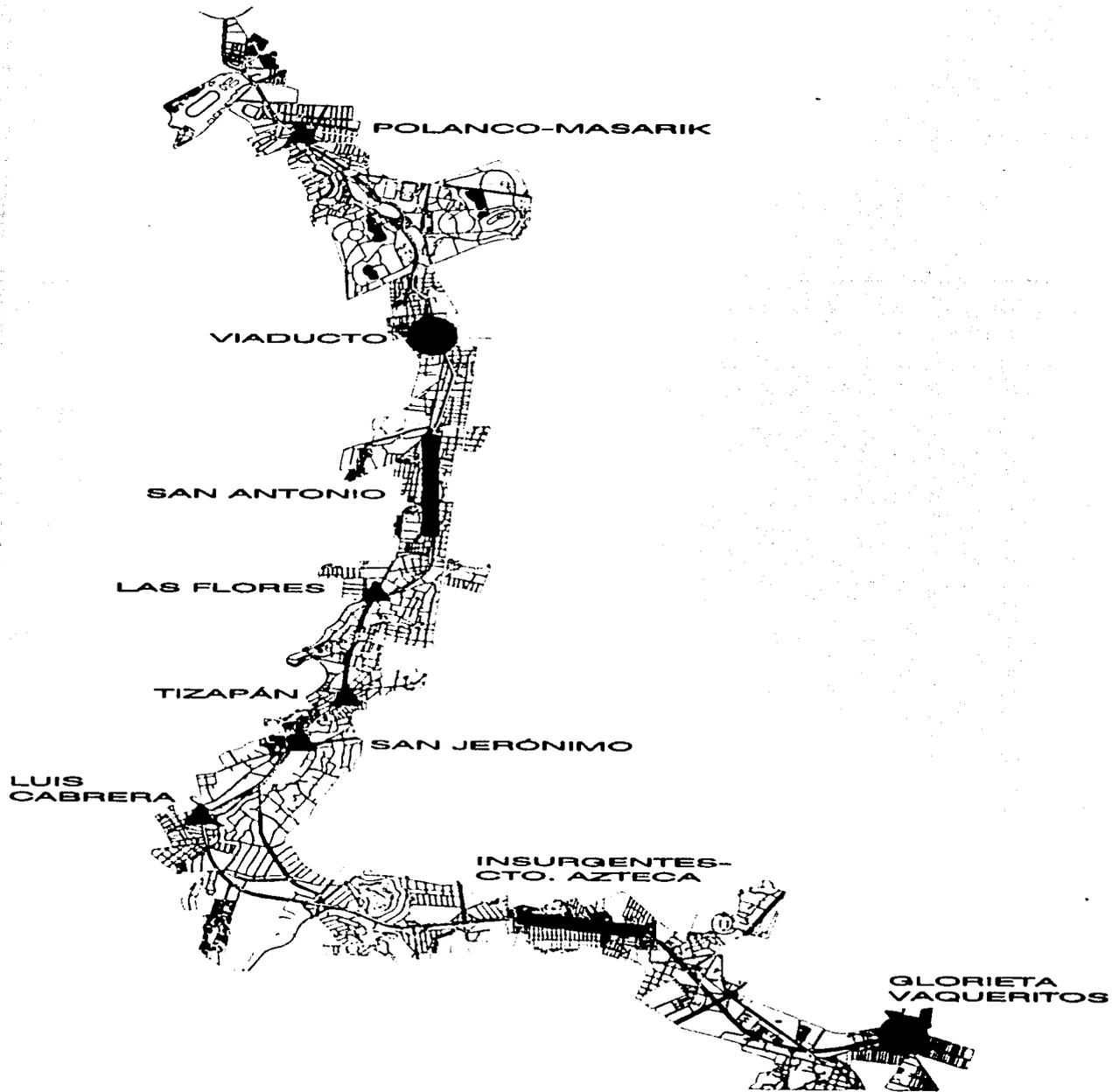
Dadas estas condiciones, se decidió que el criterio para determinar las zonas de intervención obedeciera a las siguientes premisas: zonas con gran concentración de anuncios que presenten factores de deterioro importantes, así como poca conformación en términos de imagen urbana. Así las cosas, hemos propuesto tres tipos de clasificación para las zonas de estudio específico y de propuesta de ordenación.

#### ***Nodos***

Dentro de esta clasificación entran todos aquellos puntos donde el Periférico entronca con una vía primaria. En este caso, existen una serie de condiciones propicias (remates visuales en todas las vías confluyentes, flujo vehicular importante, etc.) para la habilitación y regulación de los espectaculares, dentro del nuevo orden que se busca proponer. En función de lo anterior, se identificaron como área de estudio el nodo de Periférico y Viaducto y, el cruce con prolongación División del Norte (Glorieta Vaqueritos). Conviene aclarar que en el caso de la glorieta, la cantidad y densidad de anuncios todavía no es significativa. Sin embargo, a raíz de los nuevos pasos a desnivel construidos en este nodo y ante la poca conformación urbana que presenta, la zona denota una gran tendencia a poblarse de anuncios, por lo que resulta conveniente incluirlo como zona de estudio.

#### ***Remates***

Esta clasificación incluye a todos aquellos puntos en los que el trazo del Periférico permita visuales importantes, sin necesidad de que se trate de un cruce. Dicha condición se da básicamente en función de las curvas, pero también en función de condiciones topográficas tales como descensos o ascensos en el recorrido. Dentro de este tipo, se plantean como zonas de ordenación los remates de Luis Cabrera, Eje 10 San Jerónimo, Tizapán (Av. Toluca), Las Flores y Polanco. En este último caso es necesario aclarar que aunque no presente condiciones de deterioro y poca conformación urbana, si presenta -



debido en gran parte a sus actividades de servicios- cierta tendencia a poblarse cada vez más de anuncios, por lo que resulta necesario desarrollar un estudio preciso de la zona para plantear su ordenación.

### *Trayectorias*

Dentro de este tipo entran todos aquellos segmentos del Periférico que presentan recorridos prácticamente rectos en una longitud mayor a los dos kilómetros. Es el caso de los tramos comprendidos entre el Circuito Azteca e Insurgentes y, entre Molinos y San Antonio. En el caso de esta clasificación, resulta difícil plantear cómo debiera de ser la regulación de los espectaculares, en tanto existen pocas posibilidades de contar con remates visuales. Sin embargo, es necesario proponerlas como zonas de estudio, debido a que presentan una gran cantidad de anuncios (sobretudo B. del Muerto a San Antonio con 85.4 imágenes x Km.) además de ser zonas con cierto grado de deterioro y poca conformación urbana.

### **3. Zona de estudio específico. Nodo Periférico-Viaducto**

Dado que se trata del entronque de dos de las vías rápidas más importantes de la ciudad, el nodo Periférico-Viaducto cuenta con una las mayores afluencias de automóviles y personas de toda la ciudad. Por tanto, presenta un gran atractivo para la habilitación de espectaculares, lo que se muestra en la concentración que de los mismos existe (58 imágenes publicitarias soportadas en 28 estructuras). Asimismo, el nodo parece presentar otras condiciones propicias para ser uno de los puntos favoritos de este tipo de publicidad: por un lado, el nivel económico bajo de los propietarios de predios e inmuebles y por tanto, el nivel de deterioro y poca conformación de los mismos; y por el otro, la topografía de la zona y el trazo de las vialidades.

### **Análisis**

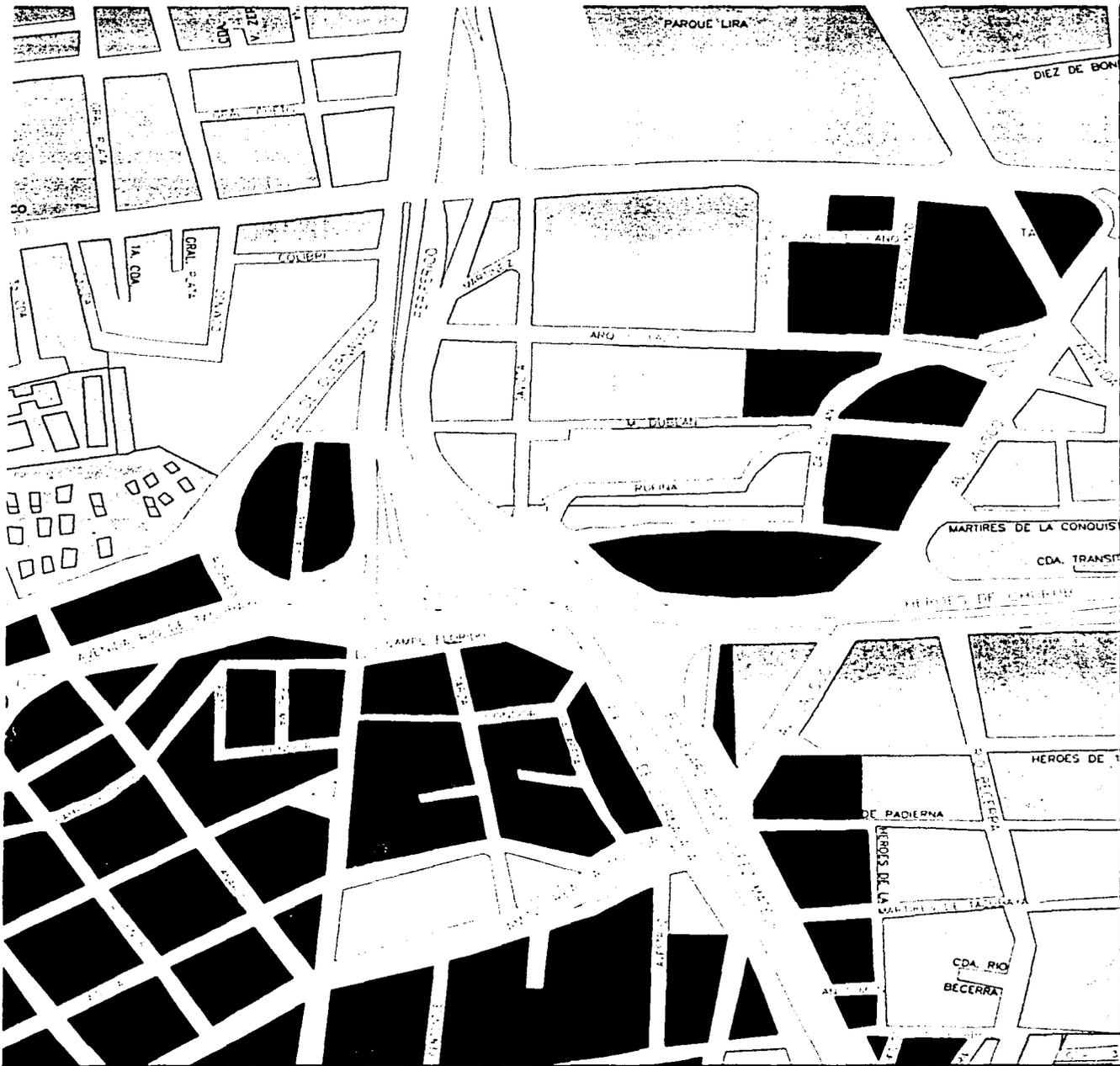
En función de la hipótesis de trabajo, así como por la necesidad de detectar cuál es la problemática del nodo en su conjunto, se procedió a desarrollar un estudio que arrojó los datos que a continuación se presentan. Conviene aclarar que para facilitar el análisis y su presentación, la zona ha sido dividida en cuadrantes, mismos que están determinados por las propias vías.

### *Económico*

Según la información obtenida del "Plano económico del DF de 1998", elaborado por la empresa BHIMSA (ver gráfico "Índice económico BHIMSA"), se determina que los cuadrantes noreste, noroeste y suroeste, presentan un ingreso mensual por familia de \$4,000 a \$6.000 pesos, mientras que el cuadrante sureste cuenta con un ingreso de \$6,000 a \$20,000 pesos mensuales.

Debido a que el estudio de BHIMSA es muy general, fue necesario realizar varias visitas de campo para precisar los índices económicos de la zona (ver gráfico "Índice económico actual"). De esta manera y en función de los parámetros marcados por esta empresa, encontramos que se confirma la información del cuadrante suroeste (siendo posible que algunas porciones estén por debajo de los \$4,000 pesos), pero que los





**INDICE ECONOMICO ACTUAL**

ESCALA 1:9.000

**SIMBOLOGIA**

- 
- 
- 
- 

IN-2



cuadrantes noreste y noroeste cuentan no sólo con el nivel marcado, sino también con un nivel intermedio (aproximadamente de \$6,000 a \$10,000 pesos) e inclusive alto (\$10,000 a \$20,000 pesos). Asimismo en el cuadrante sureste, se pudo observar que la franja que corre paralela al Periférico está muy por debajo del índice marcado por BHIMSA, encontrándose en un nivel entre \$4,000 a \$6,000 pesos).

### *Uso de suelo y nivel de deterioro*

Según información obtenida del "Plan de Desarrollo Delegacional" de las delegaciones Miguel Hidalgo y Álvaro Obregón (ver gráfico "Usos de suelo permitidos"), se plantea un uso habitacional con comercio para los cuadrantes sureste y suroeste. Asimismo, se plantea un uso habitacional mixto para el cuadrante noreste y un uso predominantemente habitacional para el cuadrante noroeste. La dominante de la zona en cuanto al número de niveles permitido es de 4 niveles con un 30% de área libre, sin embargo, existen algunas normas dentro del plan que permiten un mayor número de niveles que los planteados<sup>30</sup>.

En las visitas de campo, se pudo observar que los cuadrantes cumplen parcialmente con los lineamientos establecidos por los planes delegacionales (ver gráfico "Uso de suelo actual"). Esto se debe a que, no obstante la zona se presenta como habitacional (predominando la vivienda unifamiliar), existen otro tipo de usos que no están estipulados. Así las cosas, se encuentra que solamente la zona suroeste cumple con el plan: mientras que el cuadrante noroeste cuenta con industria (la fábrica BACO) en donde supuestamente habría exclusivamente usos habitacionales; en el cuadrante noreste se encuentran usos previstos para equipamiento y centro de barrio (escuelas, iglesias, hospitales y algunas extensiones de la delegación Miguel Hidalgo) cuando el uso es habitacional mixto y; en la zona suroeste existen edificios de oficinas cuando el plan contempla solamente usos habitacionales con comercio en PB.

Asimismo, las visitas de campo permitieron corroborar cualitativamente el nivel de deterioro de las zonas. De esta forma, se encuentra que los cuadrantes sur presentan un deterioro alto respecto a los otros, aunque de igual manera, los cuadrantes norte cuentan con zonas en un nivel de deterioro considerable. Estos son los casos del cuadrante noreste, en la franja que corre paralelo a Viaducto; y el cuadrante noroeste, en la "isla" que se forma entre la vía del ferrocarril de Cuernavaca y el Periférico.

### *Topografía y trazo de vialidades*

El nodo se presenta básicamente con una pendiente descendente de oeste a este, por encontrarse en las faldas de los lomeríos del oeste de la ciudad. Asimismo, la zona puede leerse -topográficamente hablando- como una cuenca en el punto de confluencia de las vías, desparramándose hacia el este y estrechándose hacia el oeste hasta convertirse en una especie de cañada: el antiguo Río Tacubaya, hoy prolongación del Viaducto. Dicha condición

<sup>30</sup> Es el caso específico de la normativa 10, la cual permite elevar el número de niveles en función de la superficie con que cuentan los predios que corren a lo largo de Periférico y Viaducto. Por ejemplo para poder construir un edificio de 11 niveles se necesita de un predio de 1001 a 1500 m<sup>2</sup>. Asimismo, existen otras normas como la #12 ("Sistema de transferencia de potencialidad") y la #26 ("Normas para impulsar y facilitar la construcción de vivienda de interés social y popular en suelo urbano"), misma que -siempre y cuando se trate de vivienda popular y de interés social- permite levantar hasta 5 niveles en el cuadrante suroeste y hasta 6 niveles en los restantes, además, plantea algunas exenciones en lo que se refiere a áreas de donación, áreas libres y requerimiento de estacionamientos





**SIMBOLOGIA**

- USO HABITACIONAL
- USO HABITACIONAL CON COMERCIO
- USO HABITACIONAL MIXTO
- ▨ EQUIPAMIENTO

000 ESPACIO ABANDONADO

**USOS DE SUELO ACTUALES**  
 ESCALA 1:5.000



se debe al aumento de la altura en las franja noroeste, que se da de manera gradual, y a la elevación abrupta de la franja sureste.

En cuanto a las vialidades (Periférico y Viaducto), estas aprovechan las condiciones topográficas para su trazo. En el caso del Periférico, se aprovechan las cotas medias de las faldas del lomerío, las cuales son interrumpidas en el cruce con el cauce del Río Tacubaya. Ante este problema, aunado a la existencia del barrio de Tacubaya, el trazo necesita *curvarse* para bordear el barrio y recuperar más fácilmente las cotas intermedias. El caso del Viaducto es mucho más simple, pues aprovecha el cauce natural del río en cuestión para su trazo, encontrándose siempre por debajo del nivel del Periférico y necesitando elevarse solamente en el cruce con Av. Jalisco. En cuanto a la solución de los cruces del nodo, estos se dan de nueva cuenta, mediante el aprovechamiento de la topografía, generándose una serie de pasos a desnivel en los que el Periférico pasa invariablemente sobre el Viaducto.

Ahora bien, debido a las condiciones topográficas y a la magnitud de las vías, lo que nunca se solucionó adecuadamente fueron las ligas peatonales (ver gráfico "ligas peatonales"). Si bien la zona es un buen punto de conexión con distintas porciones de la ciudad (las múltiples rutas de peseros que pasan por las propias vialidades y la estación del metro Tacubaya), resulta que es prácticamente imposible, es muy difícil y requiere mucho esfuerzo por los recorridos y pasos peatonales que se deben usar, acceder peatonalmente de un cuadrante a otro y por tanto, poder conectarse con las rutas de transporte. Así las cosas, solamente existen pocos pasos peatonales en forma: el que conecta los cuadrantes norte cerca de Av. Observatorio y la conexión que se da entre los cuadrantes sur mediante la Av. Jalisco, misma que logra conectar a las zonas sureste y noreste. De cualquier manera, las distancias para poder atravesar de una zona a otra son excesivamente grandes.

#### *Trayectorias vehiculares (remates)*

En capítulos anteriores, se ha comentado la necesidad de entender a las vialidades vehiculares bajo otros parámetros. En tanto se trata de una velocidad y —por la misma razón— de una percepción distinta a la peatonal, es imposible entenderla en un plano bidimensional, ni siquiera tridimensional: hace falta tomar en cuenta al tiempo. En función de esta premisa, es que se desarrolló el estudio sobre la percepción de la zona desde las trayectorias dinámicas de un automóvil (ver gráficos de "Trayectorias").

Previo al desarrollo de este tipo de estudio, se había generado uno en el que se analizaban los remates visuales en planta (ver gráfico "Remates Visuales"), mismo que muestra que en el nodo existen remates desde 400 hasta 900 metros que coinciden —en la mayor parte de los casos— con las zonas con mayor cantidad de anuncios. Sin embargo, se encontraron algunas zonas que cuentan con una gran cantidad de anuncios sin que éstos coincidan con los remates encontrados en el análisis de planta. Si bien es cierto que la razón de la existencia de dichas zonas densamente pobladas de anuncios, es posible deducirla a partir de un análisis tridimensional (tomando en cuenta la topografía y la altura de los anuncios), es mediante el análisis de las *trayectorias* que las condiciones de remates toman su real dimensión.

Mediante el desarrollo de este estudio fue posible constatar el por qué de las posiciones de los anuncios, de hecho, este es el sistema que utilizan las empresas de publicidad para decidir el sembrado de los mismos. Asimismo, el análisis mostró que además

de existir algunas trayectorias con mejores condiciones de remate que otras (Trayectoria 1, 2, 3 y 6 vs. Trayectoria 4 y 5<sup>31</sup>), la zona percibida a 60 Km./h parece no contar con edificaciones construidas. A excepción prácticamente de los edificios de la fábrica BACO, los bordos del nodo parecieran estar constituidos por terrenos baldíos ó, en su defecto, por algunas construcciones aisladas que no forman ningún tipo de cierre. Si se puede hablar de algún tipo de cerramiento, este se da en función de los anuncios espectaculares.

Sería simple suponer que la aparente falta de edificaciones y la falta de cerramiento se debe a la presencia de los espectaculares: *es porque las obstruyen, porque la escala de éstos hace perder de vista la –ahora mínima- escala de los edificios.* Sin embargo, la realidad es que la zona se percibe totalmente dispersa debido a la diferencia de alturas entre las vialidades y el nivel de desplante de los predios, al trazo de las mismas en función de los accidentes topográficos, a la altura de las edificaciones respecto a la escala del nodo y, a la ya mencionada percepción a velocidad de automóvil. Inclusive, dicha percepción se altera minimamente a nivel de banqueta, como peatón.

### **Diagnóstico**

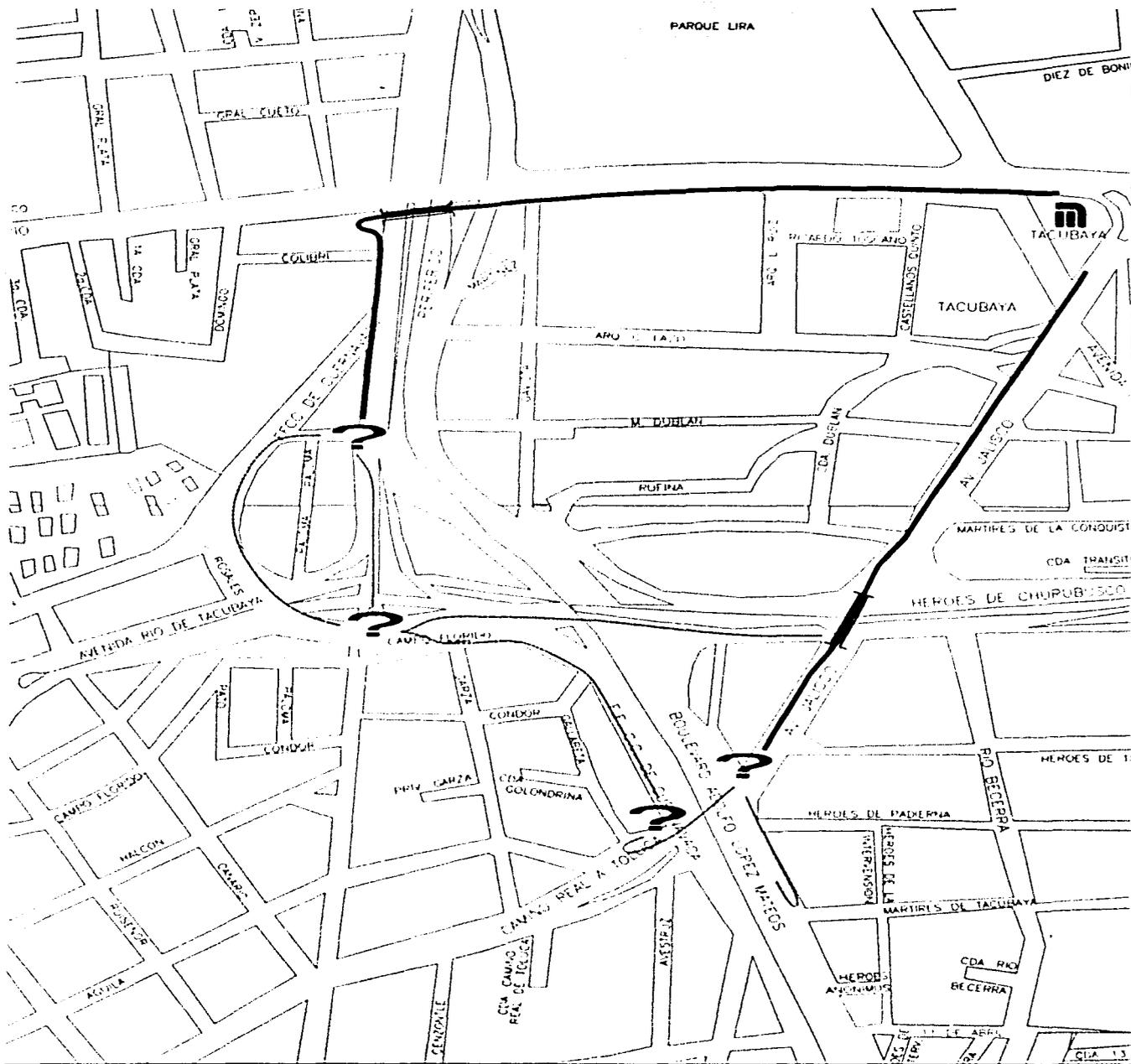
En función de los datos anteriores, se puede concluir que el nodo está formado por cuatro zonas con características distintas entre sí. Esto se debe en gran medida a la existencia del Periférico y del Viaducto, que se constituyen en auténticos bordes que anulan la posibilidad de entender la zona como una sola, pudiéndose en dado caso y por algunas similitudes, verse como dos zonas: el área oriente y el área poniente con división en el Periférico. Lo anterior se manifiesta en que el nodo es el límite de dos delegaciones políticas, así como en las diferencias económicas, de uso de suelo (actuales y propuestos por los planes delegacionales), de deterioro de las edificaciones, etcétera, que se dan de un lado a otro de estas vías rápidas y que, por si fuera poco, son prácticamente imposibles de cruzar peatonalmente.

Por lo anterior, sólo es posible plantear algunas conclusiones muy generales para el nodo en su conjunto, siendo necesario formularlas para cada cuadrante. De la zona se puede decir que presenta tendencias a convertirse en una zona habitacional con algunos usos mixtos (comercio en PB), hecho que se expresa en los planes delegacionales, los cuales pretenden que el cuadrante noreste sea en el que se concentren –en combinación con usos habitacionales- inmuebles para oficinas, comercio, servicios e industria no contaminante, posiblemente a raíz de la cercanía con el metro Tacubaya y los edificios de la delegación Miguel Hidalgo. Asimismo, se comprueba que el nodo presenta una importante cantidad de remates en todas las direcciones, habiendo algunos con mejores condiciones, pero que de igual forma van desde los 6 hasta los 15 segundos de visualización.

#### **Cuadrante noreste**

Es posiblemente la zona menos deteriorada y una de las mejor conformadas. Se trata de la zona que cuenta con la menor cantidad de edificaciones de autoconstrucción. En ella se encuentran viviendas plurifamiliares, conjuntos habitacionales (vivienda multifamiliar),

<sup>31</sup> Debido a que la trayectoria del Viaducto es prácticamente recta y a que los pasos a desnivel con el Periférico se dan por debajo del mismo, resulta que los remates de dichas trayectorias se ven parcialmente obstruidos. Asimismo, interviene el hecho de que las riberas de ésta vía son menos dispersas y mucho más conformadas, en tanto que las edificaciones son más altas y el ancho de la vialidad es menor al Periférico



LIGAS PEATONALES

ESCALA 1:8,000

250m

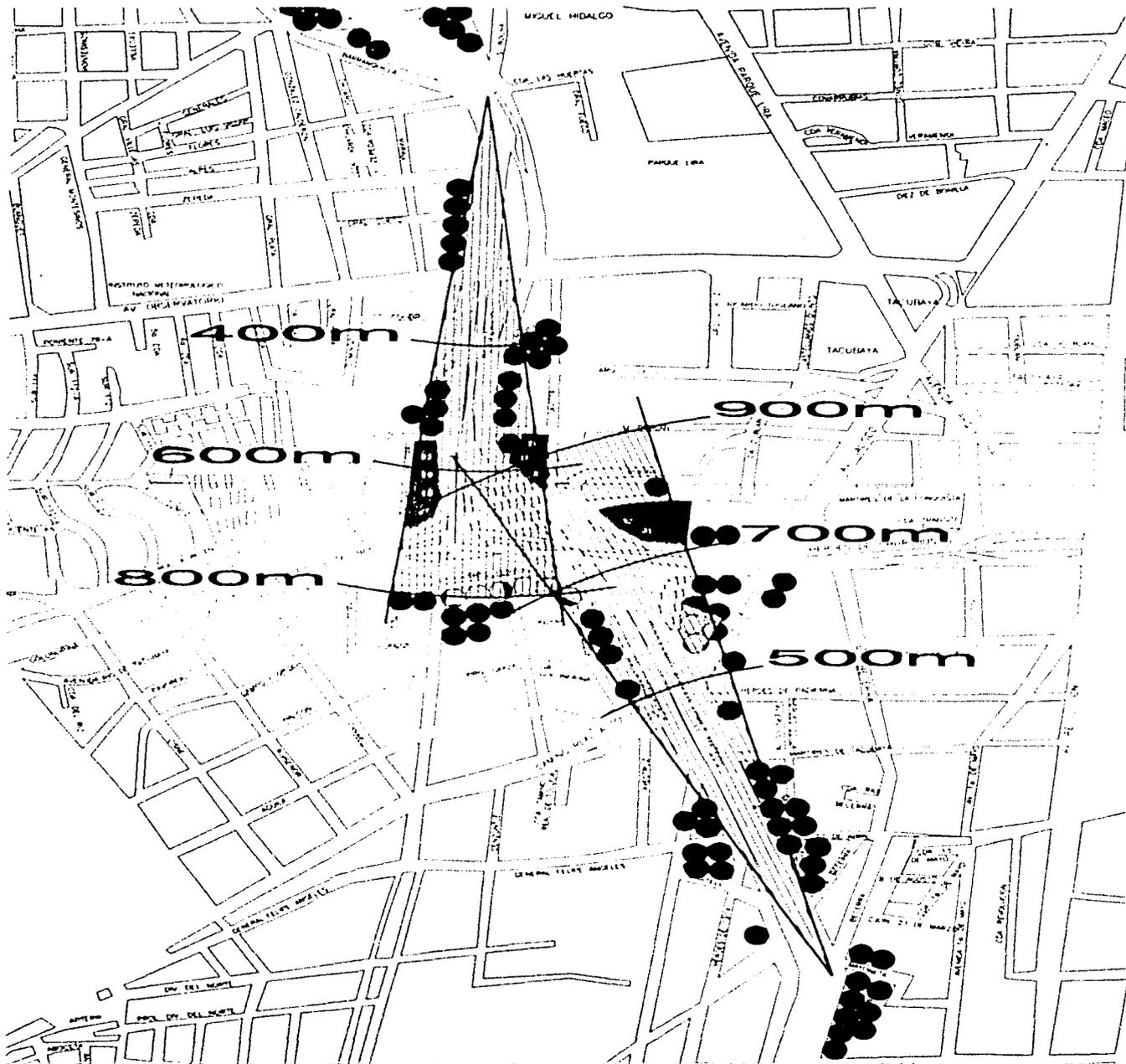
**SIMBOLOGIA**

- AVENIDA DE MÉXICO
- CARRETERA DE CRUCE
- CALLE CENTRAL A RESERVADO
- CALLE PEATONAL CENTRALIZADA

LA LIGA PEATONAL NO SE RESERVA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN





**SIMBOLOGIA**

NIVELES REQUERIDOS PARA CONFIGURARSE  
 EN UN ENTORNO PRODUCTIVO.

- 10 TRAZOS
- 20 TRAZOS
- ▲ VISUALES

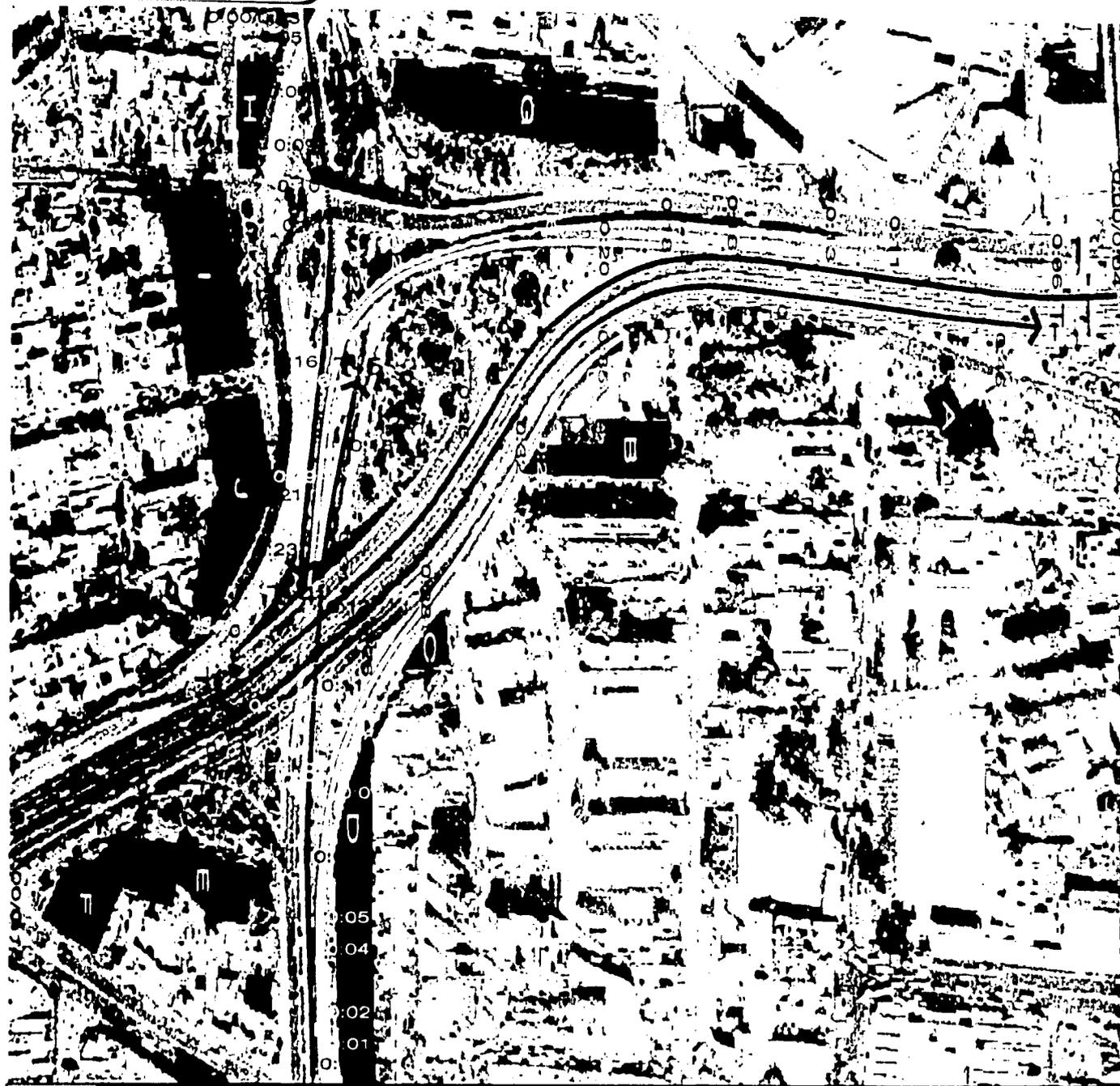
● PUNTO DE ACTORES

**REMATES VISUALES**

ESCALA 1:7.500

N 6

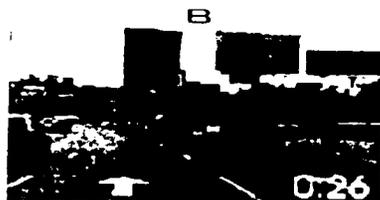
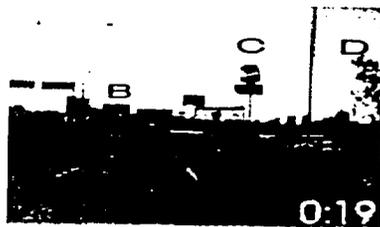
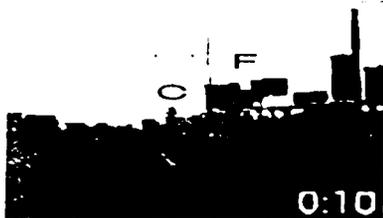
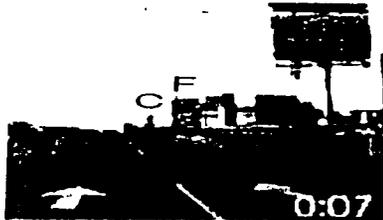




## UBICACION DE TRAYECTORIAS

ESCALA 1:2,500





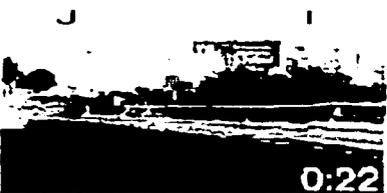
TRAYECTORIA 1  
PERIFERICO SUR A NORTE



TRAYECTORIA 2  
PERIFERICO NORTE A SUR

TRAYECTORIA 2 T-2

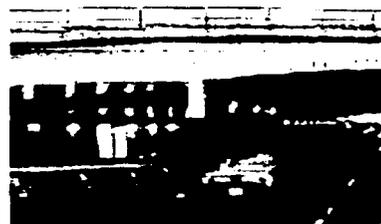
Distancia = 730 metros  
Velocidad = 75 km/hora  
Tiempo total = 39 seg.



TRAYECTORIA 3 - PERIFERICO  
NORTE A SUR, HACIA VIADUCTO ORIENTE

T-3

Distancia = 750 metros  
Velocidad = 75 km/hora  
Tiempo total = 36 seg.



TRAYECTORIA 4  
VIADUCTO PONIENTE A ORIENTE

TRAYECTORIA 4 T-4

Distancia = 479 metros  
Velocidad = 75 km/hora  
Tiempo total = 23 seg.





TRAYECTORIA 5 T-5

Distancia = 375 metros  
Velocidad = 75 km/hora  
Tiempo total = 18 seg.

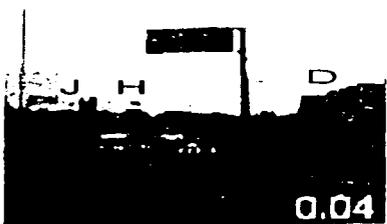
TRAYECTORIA 5  
VIADUCTO ORIENTE A PONIENTE



0:01



0:02



0:04



0:05



0:07



0:09



0:12



0:15



0:19



0:21



0:22



0:23



0:26



TRAYECTORIA 6 - VIADUCTO ORIENTE  
A PONIENTE, HACIA PERIFERICO NORTE

T-6

Distancia = 563 metros  
Velocidad = 75 km/hora  
Tiempo total = 27 seg.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

escuelas, iglesias, oficinas, comercios y una dotación suficiente de espacios de esparcimiento (el Parque Lira por ejemplo). Esto tiene que ver con la cercanía del metro Tacubaya y los edificios administrativos de la delegación Miguel Hidalgo y, que se trata de un barrio ya consolidado al momento de la construcción del Periférico y del Viaducto. En tanto es una zona de transferencia de transporte, se convierte en el cuadrante que más mezclas de usos presenta, siendo una tendencia que se refuerza en los planes delegacionales. Al mismo tiempo, dicha condición ha generado un grave problema de saturación de bases de peseros y comercio ambulante que puede derivar en un mayor detrimento de la zona, lo que se demuestra en el deterioro alto que se presenta toda la franja de la Av. Jalisco. Sin embargo, es la franja que corre a lo largo del Viaducto la zona que presenta el mayor nivel de deterioro y el menor nivel de conformación, debido posiblemente a que al momento de su construcción, el Viaducto fracturó la franja en cuestión, generando un borde poco conformado en el que dominan una serie de vecindades con un deterioro muy alto.

#### *Cuadrante sureste*

Después de la zona noreste, este cuadrante es el que mayor mezcla de usos y que menor cantidad de edificios autoconstruidos tiene, aunque presenta muchos menos espacios de esparcimiento. Como se puede ver, esta zona tiene cierta similitud con el cuadrante anterior, lo que se debe de nueva cuenta a la cercanía –no solo geográfica, sino también por la facilidad de conexión a partir de la Av. Jalisco- con el metro y la zona de transferencia. Se observa además, que dada la cantidad de vialidades importantes que la cruzan en una superficie mínima (el Periférico, el Viaducto y la Av. Jalisco) y que complican los recorridos vehiculares locales, el cuadrante presenta un alto nivel de deterioro, el cual es palpable en toda la ribera del Periférico y especialmente en la manzana que forman estas tres vialidades. Conviene mencionar que en el caso de esta última, se presenta una diferencia de ingresos entre la franja oeste del Periférico y la franja este que colinda con Av. Jalisco, siendo la primera la que presenta más bajos ingresos y un tipo de construcción menos planeado.

#### *Cuadrante noroeste*

Se trata de la zona con mayores problemas de conformación, aunque al mismo tiempo es el cuadrante con un mejor ingreso promedio y con uno de los menores niveles de deterioro. Las razones son diversas y pueden estar derivadas de una variable hasta ahora no mencionada: el paso de la vía del Ferrocarril de Cuernavaca. La existencia de dicha vía genera una isla, una subzona en la que se presentan características distintas respecto al promedio del resto del cuadrante, empezando por el bajo nivel económico y el nivel de deterioro alto, hasta por el uso permitido por los planes delegacionales para esta porción. Asimismo, la fábrica BACO se constituye en uno de los factores determinantes de la poca conformación, así como de la diferenciación de uso: si bien es cierto que el conjunto fabril – formado por tres edificios y un cuarto en construcción- presenta cierta unidad, lo que no está claro es la relación con las viviendas de tipo unifamiliar que existen en la *isla* y demás porciones de la zona. De esta manera y debido también a los remates del nodo, la subzona y el frente de la fábrica se presentan como los lugares donde se concentra la totalidad de los anuncios del cuadrante. Por otro lado, es conveniente mencionar que existe una franja de área verde en la zona de la isla, la cuál es increíblemente ignorada por las viviendas de la manzana en tanto le dan la espalda, debido seguramente a la cercanía del Periférico y a los impactos negativos que pudiera generar (ruido, inseguridad, etc).

### *Cuadrante suroeste*

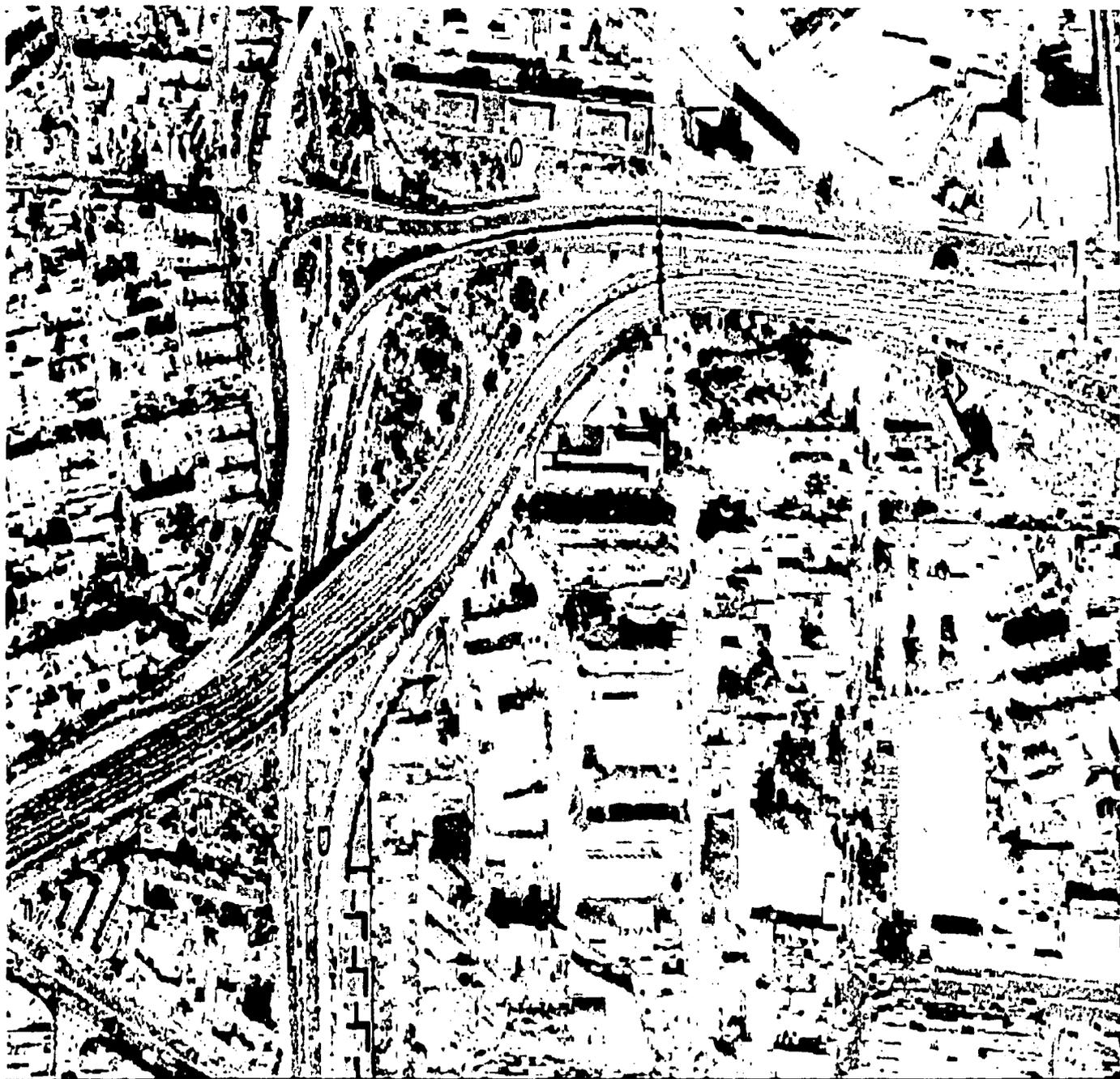
Sin duda alguna, esta es la zona que en conjunto se presenta como la más deteriorada de todas y con uno de los niveles mas bajos de ingresos, no obstante que se trata de una zona en buena parte conformada. Estamos ante un barrio popular, en su mayoría autoconstruido, de aparición posterior a la construcción del Periférico y en el que existe una lotificación hasta cierto punto irregular, o en su defecto, una serie de predios con proporciones demasiado alargadas (8x36 metros) o de poca superficie (menores a los 250 m<sup>2</sup>), que no permiten usos acordes con la escala del Periférico. Asimismo, el cuadrante presenta una serie de problemáticas que van desde la desconexión peatonal con los demás cuadrantes y las zonas de transferencia, hasta la falta de áreas de esparcimiento (áreas verdes) y de servicios. No obstante que forma parte del nodo en cuestión, pareciera que el barrio tiene mucho más relación con las zonas de servicios, esparcimiento y transferencia aledañas al metro Observatorio, pudiendo tener que ver el hecho de que es el único cuadrante que forma parte de la delegación Álvaro Obregón. Dadas estas condiciones, así como que se trata de la zona que presenta –topográficamente hablando- la mayor altura de todo el nodo (teniendo una de las mejores condiciones de remate desde la perspectiva del Periférico), la zona puede leerse como el final de un barrio más que el comienzo –el centro- del mismo.

### ***Propuesta de Plan Maestro de Imagen Urbana***

Dadas las condiciones mencionadas anteriormente, así como por los objetivos planteados para esta tesis, se propone la elaboración de un Plan Maestro de Imagen Urbana en el que se contemple la conformación del entronque Periférico-Viaducto como un nodo de información publicitaria. Resulta por demás obvio, que el planteamiento de un Plan de este tipo, no puede sustraerse de la problemática que existe más allá de los anuncios espectaculares y que de igual manera, implica un desarrollo a largo plazo (10 años o más), el cual estaría orientado a regular el crecimiento de la zona en tanto es potenciada por acciones puntuales en un futuro inmediato. Asimismo y dado el problema de entender al nodo como una sola zona, resulta necesario no solo plantear acciones de criterio general para todo el conjunto, sino precisarlas en cada cuadrante.

### *Criterios generales para el nodo en su conjunto*

1. Unificación de alturas de edificaciones-anuncio en el nodo, con el objeto de alcanzar un grado de identidad en tanto nodo de información. Esta acción está respaldada, además del criterio obtenido del estudio de las trayectorias vehiculares y los remates visuales, en que permite generar edificios de poca altura (5 a 6 niveles) en las zonas de bajo nivel económico, mientras que en las zonas medias, la configuración sería de 10 a 12 niveles.
2. Promoción de usos habitacionales combinados (comercio en PB). Esta acción estaría en franca relación con los planes delegacionales, así como para poder acogerse –en los casos que fuera necesario- a la normativa 26 planteada por dichos planes. Lo que se plantea es reforzar el carácter habitacional del nodo, entendiendo que existirán zonas en las que se permita un uso mixto (comercio, oficinas, servicios, equipamiento, etc.)
3. Desarrollo de conectores peatonales entre cuadrantes. El propósito de este criterio es no sólo tejer y conectar peatonalmente a las diversas zonas del nodo, dándole parte de la unidad que actualmente carece, sino también facilitar el aprovechamiento de los remanentes (áreas verdes según los planes delegacionales) que existen en los diversos



cruces de Periférico y Viaducto, para que en realidad funjan —en los casos que la topografía lo permita— como espacios de esparcimiento, sobretodo para los cuadrantes que carecen de los mismos.

4. Creación de "isla de servicios" en la franja oeste. El propósito de esta acción está encaminada a equilibrar el aprovisionamiento de servicios y comercios en el nodo, misma que está completamente cargada hacia el cuadrante noreste. Asimismo, dicha acción potenciaría el aprovechamiento de las áreas verdes anteriormente descritas.

*Criterios específicos: cuadrante noreste*

Tratándose del cuadrante con mayor cantidad de usos, lo que está reforzado por el Plan Delegacional, se plantea que el borde colindante con el Periférico y el Viaducto sea tratado en su mayor parte mediante usos habitacionales, lo que no invalida la posibilidad de plantear usos mixtos. De cualquier forma, lo que se propone es que los usos mixtos (oficinas, comercios, equipamiento, etc.) se concentren —preferentemente— en las cercanías del metro Tacubaya y sus zonas de transferencia (Av. Jalisco). Asimismo, al tratarse de uno de los cuadrantes topográficamente más deprimidos respecto al nivel medio del Periférico, así como para poder conformar el nodo de información, resulta necesario generar edificaciones de 10 a 12 niveles y por tanto, vivienda de interés medio que de todos modos, estarían acordes al nivel económico promedio de la zona. Así las cosas, se presentan cuatro puntos de intervención con sus respectivas razones:

- A. *Frente de la calle Martínez. Edificio de vivienda de 6 a 8 niveles con comercio de pequeña escala en PB.* Este es el único caso del cuadrante en el que se puede disminuir el número de niveles, en tanto se trata de una manzana con menor diferencia de nivel respecto al Periférico. La propuesta gira en torno a dos condiciones: por un lado, conformar *la puerta de acceso* al nodo publicitario desde la trayectoria del Periférico norte hacia el sur y; por el otro, terminar de unificar a la manzana en función de un uso habitacional (vivienda plurifamiliar), el cual ya existe en la misma. Asimismo, el comercio debiera de aprovechar su relación con la manzana de enfrente, la cual es un área verde.
- B. *Manzana formada por Periférico y las calles de M. Dublán y Gaviota. Edificio de usos mixtos (oficinas + comercio).* El objeto es el de crear un remate intermedio e inclusive, ser *la puerta de salida* del nodo en la trayectoria del Periférico de sur a norte, así como reforzar los usos mixtos de la misma, en tanto ya existe una gasolinera y un banco.
- C. *Incorporación del Viaducto a la lateral de Periférico norte. Edificio de vivienda multifamiliar.* Aparte de constituirse en la edificación que permite terminar de configurar el perfil noreste del Periférico como nodo publicitario, también estaría encaminada a promover acciones a futuro para la configuración total de la manzana adyacente (formada por el Periférico y las calles de Rufina y Tordo), la cual presenta poca altura en el medio y una altura de 6 a 8 niveles en el extremo opuesto. En el caso de este edificio, podría prescindirse del comercio en PB, en tanto se encuentra relativamente alejado de las zonas de flujo peatonal principal, así como por su poca superficie.
- D. *Frente de Viaducto, entre Periférico y Av. Jalisco. Edificios de vivienda (multifamiliar o conjunto habitacional) y/o de usos mixtos.* En el caso de estos predios, existe la disyuntiva de si debiera de tratarse como un conjunto habitacional o, por el contrario, como una serie de edificios multifamiliares aislados que inclusive, pudieran mezclarse con edificios mixtos. La dificultad radica en que estos predios tienen una franca

relación con el Viaducto y el área de influencia de la Av. Jalisco, así como en la necesidad de que esta franja responda como *la puerta* del nodo en función de las trayectorias de la vialidad en cuestión y que obliga a tomar absolutamente todo el frente. De cualquier forma y en tanto se trata de un plan a largo plazo, las primeras acciones deberían llevarse a cabo en los extremos de la manzana, para así terminar de configurar el perfil noreste (extremo oeste de la manzana) y poder generar la ya mencionada *puerta* (ambos extremos).

*Criterios específicos: cuadrante sureste*

Para efectos de esta zona, los criterios se plantean básicamente para actuar en la manzana formada por Periférico, Viaducto y Av. Jalisco, la cuál actuará invariablemente como la *puerta sur* del nodo en cuanto a las trayectorias del Periférico. Asimismo, dada su relación próxima con el cuadrante noreste, así como por su nivel económico, las acciones se encaminan a promover usos habitacionales de interés medio y/o usos mixtos con comercio de mediana escala (mueblerías, zapaterías, etc.), el cual estaría acorde al que se desarrolla en Av. Jalisco. De tal forma, se presentan los siguientes puntos de actuación:

- E. *Frente al oriente de Periférico. Edificios de vivienda multifamiliar.* Dado que se trata de una calle cerrada, que los predios cuentan con poca superficie y que es posible aprovechar la zona remanente del frente como área verde, se propone generar una serie de edificios de vivienda de 5 a 6 niveles sin comercio en PB, que permita producir una franca relación de las viviendas con el área verde, así como para cumplir con el desarrollo del remate de salida del nodo publicitario con respecto al trayecto del Periférico de norte a sur. En el caso de estos predios, cabría la posibilidad de tratarlos como uno solo, desarrollándose un conjunto habitacional.
- F. *Frente sur. Edificio de vivienda multifamiliar y/o usos mixtos con comercio en PB.* Al tratarse de los predios a intervenir que presentan una mayor relación con Av. Jalisco, se propone desarrollar un edificio de vivienda con comercio mediano en PB, siendo posible plantear un programa de usos mixtos (oficinas + comercio), debido a las razones anteriormente descritas. Asimismo, dado que el nivel de dichos predios presentan una característica descendente desde la calle cerrada hasta retomar el nivel de Av. Jalisco y por tanto, estando por debajo del de Periférico, resulta necesario aumentar el número de niveles de 6 a 8 niveles, para así poder configurar el remate de entrada al nodo de información.

*Criterios específicos: cuadrante noroeste*

Los criterios para este cuadrante, parten de la idea de detener el crecimiento de la industria en esta zona. El ejemplo obviamente se trata de la fábrica BACO, la cuál está construyendo un cuarto edificio en la zona. Resulta claro que no se puede plantear la desaparición de la industria que ya se encuentra establecida, pero si se puede proponer la detención de su crecimiento, con el objeto de que la zona habitacional (una parte de ella, parcialmente conformada y conservada) se mantenga y que de hecho, es lo que plantea el Plan Delegacional al sólo permitir usos habitacionales. Sin embargo, como se ha mencionado en los criterios generales, resulta necesario equilibrar la provisión de servicios en el nodo, lo que ayudaría a terminar de tejer las ligas peatonales del mismo. De tal forma, se propone:

- G. *Manzana formada por Periférico, Río Tacubaya, las calles de M. Dublán y Paloma. Isla de servicios.* Dada su condición de isla y por tanto, la posibilidad de contar con múltiples circuitos de acceso vehicular y peatonal, esta manzana presenta de las mejores condiciones para habilitar la zona de servicios del oeste del nodo, la cual no solamente daría servicio al mismo, sino también a parte de los barrios aledaños y más. De lo anterior, se deduce que la edificación podría estar configurada por usos como oficinas, combinadas con una zona comercial de gran escala (por ejemplo, tienda de autoservicio, cines, etc.). Asimismo, debido a las condiciones topográficas y su localización dentro de la zona, la edificación partiría de los 10 niveles, constituyéndose en el remate oriente y puerta de salida desde la trayectoria del Periférico de sur a norte, así como en la salida del nodo publicitario desde la perspectiva de Viaducto hacia el oeste.

*Criterios específicos: cuadrante suroeste*

Debido a las condiciones topográficas y al nivel económico bajo que presenta este cuadrante, se propone generar una serie de usos habitacionales de 5 a 6 niveles con comercio en PB. El propósito –al tiempo de configurar el remate sur del nodo publicitario- es el de conformar el frente del barrio mediante una franja de comercio de pequeña escala (tiendas de abarrotes, panadería, papelería, etc.). Asimismo, la configuración de dicha franja debiera de remeterse del paramento de los predios para poder ensanchar las banquetas públicas (inclusive para producir plazoletas en los casos que fuera posible), lo que daría como resultado el aumento de la superficie pública del cuadrante de la que carece actualmente, al tiempo que permitiría reforzar el circuito peatonal propuesto y la relación con las áreas verdes (espacios remanentes de las vialidades) próximas a la zona. Así las cosas, se proponen los siguientes puntos de acción:

- H. *Frente de Río Tacubaya, esquina con calle de Canario. Edificio de vivienda multifamiliar.* Al tratarse del remate de la liga peatonal proveniente del cuadrante noroeste, se propone liberar la PB para generar una especie de plazoleta de recibo, la cual podría prescindir del desarrollo de locales comerciales. Asimismo y en función de la configuración del nodo publicitario, esta edificación se constituiría en el principio del remate sur del mismo e inclusive, complementaría las acciones desarrolladas en el cuadrante noroeste para la conformación de la *puerta de salida* oeste. Por otro lado, el desarrollo de 5 a 6 niveles podría permitir la futura configuración de la manzana mediante un perfil uniforme, mismo que ya se esboza por un edificio de oficinas (con anuncio de NEC) que se encuentra al oeste de los predios por intervenir.
- I. *Frente de la calle Tordo, entre las calles de Canario y Garza. Edificios de vivienda multifamiliar o conjunto habitacional con comercio en PB.* Tratándose de los predios con una de las mejores condiciones de remate en tanto la propuesta de nodo publicitario, así como por contar con una duplicidad de calles que convierten prácticamente como peatonal a la calle de Tordo (dejando la calle de Campo Florido como vehicular, que es al mismo tiempo la lateral de Río Tacubaya y Periférico), se propone el desarrollo de una serie de edificaciones de 5 a 6 niveles con comercio en PB, mismo que permita el aprovechamiento de la calle peatonal y el remanente entre ésta y Río Tacubaya, como una especie de plaza virtual. Dadas estas condiciones, el remetimiento de los comercios respecto al paramento de los predios, no necesitaría ser de dimensiones considerables. Por otro lado y en términos de remate publicitario, las construcciones propuestas sólo responderían al frente norte, constituyéndose en la

zona intermedia del remate sur del nodo, en clara relación con la trayectoria del Periférico de norte hacia el sur.

- J. *Frente de Río Tacubaya y Periférico, entre las calles de Garza y Cóndor. Edificios de vivienda multifamiliar o conjunto habitacional con comercio en PB.* El caso de este frente es semejante al anterior, en cuanto a uso propuesto se refiere. Sin embargo, participa de otras condiciones que obligan a una solución parcialmente diferente: por un lado, está el hecho de que no existen banquetas con suficiente espacio, así como que en esta manzana se daría el paso a desnivel para conectar peatonalmente a este cuadrante con el sureste y; por el otro, que los remates publicitarios debieran responder tanto al Periférico desde su trayectoria norte a sur, como al Viaducto desde su trayectoria este a oeste. En función de lo anterior, se plantea el remetimiento de los locales comerciales respecto al alineamiento del predio, así como la generación de una plazuela en el extremo este de la manzana, misma que permitiría, además de la creación de una zona de recibo para el paso peatonal a desnivel, la solución del sembrado de los edificios respecto a la geometría de la manzana y los requerimientos -planteados anteriormente- para los remates publicitarios.

#### **4. Proyecto: Edificios de vivienda multifamiliar con comercio en PB**

De acuerdo a lo propuesto por el Plan de Imagen Urbana, se presenta a continuación el desarrollo de Proyecto Arquitectónico en el punto de acción "I" planteado por el plan en cuestión. El proyecto parte de la idea de desarrollar un conjunto multifamiliar de interés social (45 a 52 m<sup>2</sup>) con comercio en PB, el cuál debiera resolver al mismo tiempo, la incorporación de superficies de exposición comercial para la consolidación del cruce Periférico-Viaducto como nodo de información.

##### ***El lugar***

El sitio se encuentra ubicado en el suroeste del nodo en cuestión, en la manzana formada por las calles de Tordo (lateral del Periférico), Canario, Cóndor y Garza, de la colonia Bellavista, delegación Álvaro Obregón, C.P. 01120. El terreno a intervenir ocupa prácticamente la mitad de la manzana y resulta de la fusión de ocho predios de pequeña y mediana superficie, lo que da como resultado 2,637.31 m<sup>2</sup> de área útil. Así las cosas, se puede leer al predio como un trapecio, el cual tiene como base menor el frente norte, en la calle de Tordo o lateral del Periférico y Viaducto (casi 71 metros de largo), y como base mayor la colindancia con el resto de la manzana (81 metros de longitud media); los frentes laterales son: al este la calle de Garza (35.5 metros), y al oeste la calle de Canario (37 metros). Cabe destacar que el predio presenta poca pendiente, la cual va en sentido ascendente desde el vértice noreste hacia el vértice suroeste y que da como resultado, una diferencia de 1.50 metros de altura entre dichos puntos. En el caso de los dos vértices restantes, estos presentan una diferencia de 0.50 metros respecto al vértice noreste.

Actualmente, el predio a intervenir se encuentra ocupado por una serie de viviendas unifamiliares de 2 niveles de altura, las cuales presentan cierto nivel de deterioro, aunque al mismo tiempo, se trata de una zona mas o menos conformada. Asimismo, sobre las azoteas de dichas viviendas se desplantan 3 anuncios espectaculares que, sumados con los restantes de la manzana, dan como resultado 9 superficies publicitarias orientadas hacia el Periférico, generando un remate visual en la trayectoria vehicular norte a sur del mismo. Por otro lado, es conveniente mencionar que a pesar de la cercanía al Periférico y el Viaducto, el

lugar presenta una condición apacible y parcialmente silenciosa, prácticamente no se escuchan los miles de automóviles que circulan por dichas vialidades. Inclusive, pareciera por momentos que el nodo no se encuentra tan cercano, prácticamente como si no estuviera ahí. Esto se debe a que existe un macizo de árboles localizado en los cruces y pasos a desnivel entre el Viaducto y Periférico, el cual matiza el ruido vehicular y obstruye casi totalmente la vista hacia las vialidades desde el terreno.

### **El proyecto**

Debido a su condición de remate sur del nodo publicitario propuesto, así como por la respuesta en función de la trayectoria del Periférico de norte a sur, el proyecto se presenta como 6 crujiás agrupadas en 3 módulos de vivienda idénticos, mismos que alojan en su fachada norte a 3 anuncios espectaculares cada uno (2 cajas de luz y un anuncio semitransparente), que se encuentran elevados 2 pisos por encima del nivel de banqueta. Los módulos se encuentran dispuestos a lo largo del frente de la calle de Tordo, rotados y desfasados uno respecto del otro, teniendo como arranque un basamento que aloja los comercios y el acceso peatonal en PB. Asimismo, los estacionamientos se desarrollan en dos plantas (sótano y PB) y se localizan debajo de cada crujiá y en los intersticios de los módulos, produciéndose un patio central en la separación entre las crujiás de cada módulo.

Ahora bien, aunque es cierto que un proyecto se describe mediante el lenguaje gráfico de los planos –por lo que la descripción anterior resulta con poco sentido–, también es cierto que se requiere de un texto que explique los conceptos que dieron forma al proyecto. Dicha explicación no resulta simple, en tanto que el proceso de proyectar no es un proceso lineal, mas bien se trata de uno en el que se va del fondo a la superficie en innumerables ocasiones, sin olvidar que también se da a la inversa. A fin de cuentas, los conceptos en abstracto deben verificarse con las condiciones de realidad (requerimientos, programa, etc.), dando como resultado la adaptación de los mismos a dichas condiciones, inclusive reformulándose y volviéndose a verificar. Así las cosas, se presenta a continuación el intento de explicación de los conceptos para después, describir su concreción.

### **Los conceptos**

El proyecto parte de la idea de generar dos respuestas distintas: por un lado, la determinada por los anuncios y su relación con *el no lugar*, el nodo publicitario de Periférico y Viaducto; por el otro, la determinada por *el lugar*, el barrio del cuadrante suroeste del nodo, horizontal y eminentemente habitacional. En función de lo anterior, es que se propone liberar la planta baja de las plantas subsiguientes, lo que se logra elevando el arranque de los módulos y sus anuncios mediante una serie de apoyos puntuales, posibilitándose que la configuración de dicha planta sea relativamente independiente de la determinada por los módulos: mientras que la posición de los anuncios –y por tanto de las crujiás– responde al nodo publicitario, los basamentos de planta baja responden al barrio, al contexto inmediato.

Es conveniente aclarar, que si bien la independencia entre la planta baja y los módulos se pudo haber logrado de otra manera, la propuesta deriva de la necesidad de *reciclar* los postes que soportan a los actuales anuncios, requisito -¿insalvable?- que forma parte de los objetivos y el escenario de la presente tesis. Dado que se *deben reciclar* los postes de acero de 1.50 metros de diámetro, se pensó experimentar con una solución formal que asemejara el lenguaje de los actuales anuncios, los cuales parecen estar suspendidos en el espacio; así

también, se encontraba presente la imagen de un sinnúmero de edificios con planta libre y apoyos puntuales (por ejemplo, la Unidad Habitacional de Marsella), mismas que era posible reproducir mediante el uso de estos voluminosos postes. A partir de lo anterior, es que se propone la solución de una crujía de 4 niveles, la cual podría leerse como un anuncio que se extruyó, que dejó de ser simplemente superficie comercial en su frente norte, para convertirse en un volumen habitable, iluminado y ventilado en sus frentes este y oeste.

De regreso al contexto inmediato, se debe mencionar que los basamentos parten de la idea de mimetizarse -tanto en altura como en materiales- con las construcciones existentes en el resto de la manzana y el barrio, la cuales en su mayoría son de uno a dos niveles de altura. Asimismo, debido al tipo de usos planteados (comercios y accesos peatonales al conjunto), así como por su relativa independencia respecto a la disposición de los módulos, los basamentos se constituyen tanto en los límites físicos, como en los generadores de actividades de las plazuelas de la calle de Tordo. Por otro lado, al proponerse que los basamentos cuenten con un solo nivel de altura y al combinarse con que el nivel de arranque de los módulos está dos pisos por encima del nivel de banquetta (altura determinada por los actuales espectaculares de la manzana), es posible plantear que las azoteas de los mismos se constituyan en terrazas para uso de los habitantes del conjunto, al tiempo de fungir como los conectores entre los módulos, convirtiéndose en parte importante de los espacios semipúblicos del proyecto.

Volviendo a la crujía y una vez esbozada su volumetría exterior, lo que falta es definir su concepción espacial interna, la cual está en gran parte determinada por la solución estructural. Así las cosas, se propone que la estructura principal de los entrepisos sea una doble viga Vierendel que corre en el medio de la crujía y de la cual se soportan los volados que terminan de conformar el ancho total de la misma, consiguiendo mantener la volumetría exterior propuesta. Dicha viga, tiene un peralte igual a la altura de un entrepiso completo y un ancho igual al diámetro de los postes de acero, lo que permite que sea una *viga habitable*, al tiempo de que se pueda proponer que un entrepiso de cada dos, se encuentre prácticamente libre de estructura. Ahora bien, conviene precisar algunos puntos de la toma de partido estructural y espacial: si bien es cierto que lo que se busca -estructuralmente hablando- es disminuir la sección de acero a utilizar, lo que se logra en tanto los voladizos se estrechan y la dimensión total (ancho y peralte) de la Vierendel es mayor a la de una viga normal<sup>32</sup>, también es cierto que lo que se pretende es lograr un espacio que retoma parte del lenguaje de Louis Kahn. Tratándose de una interpretación de los principios *kahnianos*, la intención es que la viga -y las columnas- que *sirven* de soporte a los entrepisos, sean también los *espacios servidores* de los departamentos, los espacios donde se alojan los baños, las cocinas, las áreas de guardado, en fin, los espacios donde corren todas las redes de instalaciones, los ductos, etc.

Por último y dando paso a los módulos, cabe mencionar algunas de las razones que provocaron su aparición, lo que está relacionado en buena medida con las circulaciones

<sup>32</sup> Conviene aclarar, que no es del todo cierto que la sección de las vigas se disminuya, lo que sucede es que ésta se reparte en más elementos. Esto es, que mientras en una solución típica, la trabe absorbería todo el claro de cada entrepiso y por tanto, requeriría de una sección que por su peralte pudiera afectar el espacio; en una Vierendel, la misma trabe es solamente uno de los elementos -una de las cuerdas- de los que se forma la totalidad de la viga, por lo que su sección se encuentra repartida entre los postes verticales. Asimismo, dado que lo que se propone es dos Vierendel unidas, se logra que los volados laterales no sólo sean menores, sino que presenten un momento menor en tanto forman parte de un marco articulado

verticales. La propuesta de este tipo de módulo, el cual se compone de dos crujiás interconectadas por medio de dos sistemas de circulación vertical, permite varias cosas: solucionar la relativa tendencia al volteo que podría presentar una crujía aislada en caso de sismo; racionalizar las circulaciones hacia los departamentos y; generar un patio central entre crujiás que aproveche la iluminación artificial de los anuncios. Precisando, es mediante la habilitación de dos estructuras —de nueva cuenta una serie de vigas Vierendel dobles— que alojan las circulaciones verticales, que se logra estabilizar el sistema estructural de las crujiás, al tiempo que una de éstas estructuras, se constituye en el soporte del anuncio que provee buena parte de la iluminación artificial del patio central y de las propias circulaciones verticales.

### *La concreción de los conceptos*

Una vez explicados los conceptos, ahora toca el turno a la explicación de cómo se concretaron. Para empezar, respecto a la disposición de los módulos se debe mencionar que, si bien es cierto que obedecen al contexto lejano del nodo publicitario, también obedecen a una manera de adaptarse a la geometría trapezoidal del terreno. De hecho, se consigue —más por fortuna que por una intención planteada— que el centro desde el que parten las generatrices de los ejes de los módulos, coincida en un punto del carril de alta del Periférico en su sentido norte a sur, lográndose un espacio focal que resulta totalmente relativo —aunque de alguna manera aprovechable—, dada la dificultad de que pueda percibirse desde una trayectoria en la que se avanza a 30 km/h como mínimo. Así las cosas, es necesario reconocer que la posición de los anuncios está determinada parcialmente por su relación con el nodo publicitario: si aplica totalmente en cuanto a su localización en el frente norte del predio y a dos niveles de altura; no aplica en cuanto a la disposición de los módulos en planta, mismos que a fin de cuentas, son los que alojan dichos espectaculares.

En relación con lo anterior, debe mencionarse que los basamentos no son tan independientes de los módulos como se había planteado. Es más, los mismos terminan asumiendo la función de absorber y regular los diversos ángulos que se presentan entre las crujiás, lo que no significa que se dejen de lado funciones tales como la generación de las plazoletas y las terrazas, la adaptación respecto al contexto inmediato, etc. Lo que sucedió en el proceso es que el sinnúmero de variables (los requerimientos de estacionamiento, la relación con elementos como los patios centrales, la ya comentada geometría del terreno, etc.) no dieron posibilidad a que dichos basamentos gozaran de una independencia total. De hecho, el factor clave fue el requerimiento de cajones de estacionamiento, el cual complicó la consecución de un basamento completamente continuo, lo que hizo que se propusieran tres basamentos conectados mediante puentes, así como un cuarto aislado que trata de tejerse con la manzana en el frente de la calle de Canario.

Ahora bien, no se puede decir que el requerimiento de estacionamientos repercute solamente en factores negativos. Gracias a éste, es que puede plantearse que los patios centrales se eleven un piso por encima de la banquetta, igualando su nivel con el de las terrazas de los basamentos, lo que permite contar con un espacio semipúblico que es continuo, que —en tanto las sombras de las crujiás resultan menores— cuenta con mas luz natural, que permite áreas verdes y que se independiza de la circulación vehicular. Lo anterior se logra básicamente, mediante el aprovechamiento del producto de la excavación de los sótanos de estacionamiento, los cuales resultaron indispensables para evitar que la planta baja fuera absorbida por los cajones de estacionamiento y sus circulaciones.

Asimismo, debe mencionarse que dicho requerimiento aprovechó la topografía del predio para su solución: al proponerse que el acceso a los sótanos se diera por el frente de Tordo, al tiempo que mantuvieran una pendiente continua, se pudo lograr que el acceso y salida de los estacionamientos por encima de los sótanos se diera prácticamente a nivel de banqueta, sin mayor necesidad de rampas ni de una excavación excesiva.

Quepa un último comentario respecto a las características de los primeros niveles. Dado que los patios se encuentran un nivel por encima de la banqueta, que los estacionamientos presentan una pendiente continua, así como que la configuración del conjunto presenta diversos ángulos de trazo, se propuso que los muros de contención de dichos patios, se desarrollaran mediante taludes de piedra con ángulo variable. La propuesta de los mismos permitió: que se solucionara la transición geométrica entre el trazo de los estacionamientos y el del patio central, que a fin de cuentas, está determinado por el de los módulos; que el trabajo de los muros de contención fuera —en tanto no son verticales— más eficiente y; que los sótanos pudieran captar un poco de luz natural. Después de todo, se puede decir que los patios elevados se convirtieron —aunque sea en algunos sentidos— en los basamentos que se pretendían en un principio, sólo que se remetieron del paño de la calle y no fueron utilizados como superficie comercial.

Cambiando de plantas, toca el turno a los módulos. Como se mencionó anteriormente, la intención de agrupar seis crujías en tres módulos, presentaba algunas ventajas (aprovechamiento de la luz utilizada por el espectacular, estabilización del sistema estructural, etc.), lo que al mismo tiempo, provocaba algunas situaciones por resolver: en primer lugar, que la iluminación artificial que se aprovechaba para iluminar los patios y las circulaciones verticales, no se constituyera en un elemento negativo hacia el interior de las viviendas; en segundo lugar, que existiera un paso para conectar a las viviendas con las circulaciones verticales, mismas que, en tanto dependen de la posición de las columnas o postes de acero, no cuentan con tanta libertad para determinar su localización. Así las cosas, se propusieron dos intervenciones a la simplicidad geométrica de las crujías: por un lado, la generación de una serie de ventanas que aparecen como una protuberancia adosada a las crujías, las cuales obstruyen el paso de la luz del espectacular hacia las recamaras, captan luz natural del sur, matizan las vistas encontradas entre la recamara de un departamento y otro, así como amplían ligeramente el área de guardado y fungen como una especie de mesita o escritorio; por el otro, el remetimiento del paño en el que se localizan la cocina y el comedor, con el objeto de no sólo crear el pasillo de conexión con las circulaciones verticales, sino también de que tamizaran la entrada de la iluminación del espectacular en la zona pública del departamento, así como que dicho paso fuera una extensión de los departamentos, una especie de terraza.

Relacionado con lo anterior, debe mencionarse que dadas las dimensiones mínimas de los departamentos (45 y 52 m<sup>2</sup>) y al remetimiento descrito anteriormente, resultó necesario proponer una barra de cocina que no se localizara completamente en los entrejes de la doble Vierendel —supuesto espacio *servidor*—, ya que no sólo hubiera restado continuidad al espacio de sala y comedor, sino que hubiera constreñido demasiado a alguno de estos, que en el caso de departamentos con estas dimensiones, normalmente resultan ser uno solo. Asimismo y —si se quiere— contradictoriamente, el rigor del esquema en cuanto a la posición de los espacios *servidores* mas la poca área con que se cuenta, llevó a solucionar todos los pisos con una sola planta tipo, no obstante que el tipo de solución estructural permite que los terceros y quintos niveles estén prácticamente libres de estructura. De

cualquier manera, es mediante este esquema en el que los espacios *servidores* se encuentran un tanto rígidos, que se puede plantear que los espacios *servidos* gocen de cierta libertad en su configuración, lográndose -vía la utilización de paneles desmontables- que hasta los departamentos más pequeños, puedan contar con tres recámaras en algún momento.

Por último y con respecto a las azoteas de las crujiás, se decidió aprovechar el hecho de que se necesitaba de una última viga Vierendel que soportara la losa del quinto nivel, para alojar las azotehuelas de los departamentos, lo que permitió no solo beneficiar el área de los mismos, sino también generar un remate de cubierta ligera a la crujiás. Remate que por demás, está íntimamente ligado a los edificios que se aluden en la toma de partido: elevados del suelo con apoyos puntuales, generando plantas bajas libres y aparentando cierta ingravidez, cierta suspensión en el espacio.

### *Criterios constructivos*

Aunque en los párrafos anteriores, ya se han esbozado algunos de los criterios constructivos del proyecto, resulta necesario ahondar en los mismos. Así las cosas, se presentan a continuación los siguientes criterios:

Cimentación: Se propone una cimentación a base de zapatas aisladas, mismas que estarán ligadas mediante traveses de liga de concreto armado. La habilitación de dicho entramado de traveses, permitirá tanto la rigidización del sistema estructural (rigidez que ya está solucionada por encima de la superficie mediante el entramado de las vigas Vierendel), como la prevención de hundimientos diferenciales. Las zapatas contarán con dados de cimentación, los cuales permitirán la repartición uniforme de las cargas puntuales de las columnas de la superestructura, así como articular la unión entre las zapatas de concreto y las columnas de acero mencionadas anteriormente. El anclaje de las mismas se dará mediante la soldadura de éstas a una placa con pernos de sujeción, la que previamente estará anclada al dado de cimentación, esto es que la placa habrá sido colocada -amarrándose los pernos de sujeción al acero del dado- antes de que se lleve a cabo el colado del mismo. Esta placa deberá ser nivelada con la ayuda de unos dados elásticos de separación, ajustándose mediante tuerca y arandela, para finalmente proceder a la inyección de mortero de asiento en la junta entre la placa y la base del dado de cimentación.

Superestructura: La superestructura estará formada por las columnas de acero tubulares (1.50 metros de diámetro) que en la actualidad, son usadas como postes en los anuncios espectaculares del tipo auto soportados. Dado que la carga será mayor a la de un anuncio espectacular, dichos postes deberán ser reforzados mediante una capa de concreto armado (30 centímetros de espesor) que rodeará el perímetro interior de los mismos, lo que obliga a plantear una cimbra muerta que puede ser mediante la habilitación de un sonotubo o bien, mediante la reutilización de un poste de acero de menor diámetro (90 centímetros).

Para el caso del sistema de vigas, la solución se dará mediante la utilización de perfiles IPR (14x8") y viguetas "H" (8x8"), para las respectivas cuerdas y postes de las vigas Vierendel, así como la habilitación de perfiles "I" de peralte variable (espesor = 8"), para los volados de las crujiás. Conviene mencionar, que para contar con una mayor rigidez en el sistema, se propone habilitar un perfil CPS (6x2<sup>1/2</sup>" ) que se encuentre unido a las vigas de los

volados, al tiempo que sirva como soporte para el desplante de los muros perimetrales de la crujía. En el caso de todas las uniones entre los diversos perfiles de acero, se utilizarán cordones de soldadura (E-60 1265 Kg/cm<sup>2</sup>).

Para efectos de los muros exteriores y las losas de entrepiso, se utilizará el sistema constructivo de concreto celular Hebel, utilizándose paneles AAC 3.5 (ancho = 62.5cm x largo variable) para los muros y, paneles AAC 5.0 (15 x 42.5 cm x 3.50 ó 5.00 mts.) para las losas. Dado el tipo de sistema, será necesario habilitar una serie de varillas del #3 en las uniones entre paneles, mismas que deberán ser fijadas a las vigas de la estructura, mediante su soldadura en placas de acero colocadas encima de los perfiles IPR.

Instalaciones: Para el caso de la instalación hidráulica, se propone que el agua se almacene en las cisternas localizadas en la zona intermedia de cada uno de los patios de los módulos, la cual será bombeada mediante una bomba hidroneumática hasta los núcleos de tinacos que se alojan en cada crujía. De esta forma, la alimentación de agua a los departamentos se dará por gravedad. Existe la posibilidad de que en vez de utilizar tinacos comerciales, éstos pudieran ser las mismas columnas que forman la estructura principal, previéndose que dichas columnas-tinacos cuenten con una red de vasos comunicantes a fin de mantener la estabilidad estructural.

En lo que respecta a las instalaciones sanitarias, éstas estarán constituidas por una red que invariablemente se encontrará en el interior de las vigas Vierendel (espacio "servidor") y que se conectarán a las bajadas de agua que se alojarán en el interior de las columnas. Esto es posible, debido al ya comentado diámetro de los postes utilizados, así como por el refuerzo planteado para las columnas, lo que permite dejar una zona vacía al interior de éstas (90 centímetros de diámetro). Asimismo, las bajadas de aguas pluviales de las cubiertas y azoteas se alojarán también en el interior de los postes, solo que a diferencia de las bajadas sanitarias que se conectarán al drenaje de la ciudad, éstas se mandarán hacia pozos de infiltración localizados en los patios-jardines de los módulos.

En cuanto a las instalaciones eléctricas y debido a la cantidad de departamentos, el conjunto contará con una subestación eléctrica que se localizará en el cuarto basamento (en la calle de Canario). A partir de dicha subestación, la red eléctrica se distribuirá a cada módulo, localizándose los tableros de cada departamento en los sótanos de los estacionamientos, debajo de la escalera que lleva hacia los patios elevados. Una vez en el interior de los departamentos, la instalación eléctrica se repartirá a partir de la viga Vierendel, por encima del plafón, localizándose las salidas y contactos en los muros divisorios del interior.

Acabados: Salvo los basamentos en los que los muros serán aplanados y pintados con pintura vinílica, todos los acabados serán aparentes. Así las cosas, los muros y losas hechos de paneles de concreto Hebel serán al mismo tiempo el despiece de los elementos en cuestión. En cuanto a la estructura metálica, requerirá ser pintada primero con un anticorrosivo ("Primer ") para posteriormente aplicársele pintura antifuego "Fuego-Acero" color amarillo Carterpillar. Respecto a los interiores de los departamentos, los muros divisorios serán a partir de una serie de mamparas hechas de MDF con una capa intermedia de lana mineral como aislante, para posteriormente, ser cubiertas con triplay de pino. Asimismo, existirá un plafón modular de fibra mineral aislante en el intersticio de la viga Vierendel, el cual albergará las instalaciones hidrosanitarias y eléctricas. Por último, se debe

mencionar que los pisos de los accesos, de los locales comerciales y de las terrazas de los basamentos, serán a base de cemento pulido con agregado de grava y juntas de aluminio.

**Anuncios:** Los anuncios de las fachadas estarán compuestos por lonas traslucidas impresas y vulcanizadas, las cuales se colocarán bajo los mismos principios constructivos de los actuales anuncios espectaculares. Esto se traduce en que la lona deberá ser tensada perimetralmente con cable amarrados a una placa de acero perforada a cada 25 centímetros, la cual sobresale 30 centímetros respecto al paño de la fachada. El montaje del anuncio, deberá realizarse con muy poco viento y se comenzará por la parte superior, desenrollándose progresivamente la lona. En cuanto a la iluminación de los anuncios, está se dará a partir de una parrilla de lámparas fluorescentes que se localizarán por detrás del anuncio, o sea y según sea el caso, entre la lona y la fachada ciega o, entre ésta y el núcleo de escaleras.

## Programa

### Cuadro de áreas generales

<b>1. Estacionamientos y Obras Exteriores</b>	
Sótano 1 y 2 (36 cajones)	549.26 m <sup>2</sup>
Estacionamiento en Planta Baja (60 cajones)	1,539.61 m <sup>2</sup>
Banquetas (plazoletas)	99.72 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>	<b>2,188.59 m<sup>2</sup></b>
<b>2. Planta Baja</b>	
Comercios (basamentos A, B y C)	260.03 m <sup>2</sup>
Vestíbulos de acceso (basamentos A, B y C)	102.68 m <sup>2</sup>
Cuarto de Máquinas y Contenedor de Basura (basamento D)	23.41 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>	<b>386.12 m<sup>2</sup></b>
<b>3. Primer Nivel</b>	
Terrazas (azoteas de los basamentos A, B y C)	362.71 m <sup>2</sup>
Jardines y Patios (módulos A, B y C)	294.48 m <sup>2</sup>
Circulaciones horizontales y verticales	281.04 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>	<b>938.23 m<sup>2</sup></b>
<b>4. Módulos (3)</b>	
Cuatro Plantas Tipo (por planta: 4 departamentos de 45 m <sup>2</sup> + 4 departamentos de 52 m <sup>2</sup> + circulaciones) = (477.60 m <sup>2</sup> )(4 niveles)(3 módulos)	5,731.20 m <sup>2</sup>
Azotea (por planta: 32 zonas de lavado + circulaciones) = (241.08 m <sup>2</sup> )(3 módulos)	723.24 m <sup>2</sup>
<b>Subtotal</b>	<b>6,454.44 m<sup>2</sup></b>

### Cuadro de áreas construidas y pavimentos

<b>1. Area Construida</b>	
Estacionamiento en sótanos	549.26 m <sup>2</sup>
Basamentos (A, B, C y D)	386.12 m <sup>2</sup>
Módulos (Plantas Tipo y Azoteas)	6,454.44 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>7,389.82 m<sup>2</sup></b>
<b>2. Pavimentos y Obras Exteriores</b>	
Estacionamiento en PB y banquetas (plazoletas)	1,090.07 m <sup>2</sup>
Jardines, Patios y, circulaciones horizontales y verticales	575.52 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>1,665.59 m<sup>2</sup></b>

### Cuadro de superficie construida vs. superficie libre

Superficie construida (Sótanos + Basamentos + Bases de columnas)	948.82 m <sup>2</sup> 36.01%
Superficie libre (Estacionamientos en PB, banquetas, patios y jardines)	1,688.49 m <sup>2</sup> 63.99%
<b>TOTAL</b>	<b>2,637.31 m<sup>2</sup></b>

### Factibilidad económica

Se presenta a continuación un criterio de factibilidad económica, el cual parte de los siguientes costos presupuestos para la construcción del conjunto:

#### Costos de construcción

Concepto	m <sup>2</sup> x \$	Subtotal (\$)
Compra del terreno	(2,637.31)(2,500.00)	6,593,275.00
Construcción	(7,389.82)(2,500.00)	18,474,550.00
Pavimentos y obras exteriores	(1,665.59)(1,000.00)	1,665,590.00
		<b>Total</b>
		<b>26,733,415.00</b>

Dado que el tipo de departamentos que se proponen en el proyecto son de interés social, es necesario plantear que la renta de los anuncios espectaculares y los locales comerciales sean los que permitan recuperar la inversión y *demostrar* la viabilidad del proyecto. Así las cosas, se suponen dos escenarios en los cuales fungen como variables, el costo de renta de los anuncios (encontrándose en el rango de los actuales) y, el interés que los bancos proporcionan al ahorrar el monto que se necesita invertir.

#### Escenario 1

Venta de departamentos	(96 departamentos)(\$220,000.00 promedio)	<b>\$21,120,000.00</b>
Renta de locales	(260.00 m <sup>2</sup> )(\$100.00)(12 meses)	<b>\$312,000.00</b>
Renta de anuncios	(9 anuncios)(\$30,000.00)(12 meses)	<b>\$3,240,000.00</b>
Renta total	locales + anuncios	<b>\$3,552,000.00</b>
Interés Bancario		<b>15% anual</b>

Tomando como base los datos anteriores, se plantea que los departamentos serían vendidos un año después de haber invertido el capital, lo que le genera una ventaja inicial a la acción supuesta de mantener el mismo en el banco y que de igual manera no necesitaba. Es más que claro que el monto de la inversión no se recupera con la sola venta de los departamentos, para lo que se necesitará de la renta de los anuncios para recuperar la misma en cuatro años y nueve meses.

Inversión Bancaria (15% anual)		Ganancia en el Proyecto	
Año	Descripción	Monto (\$)	Monto (\$)
0	Inversión Inicial	<b>26,733,415.00</b>	0.00
1 <sup>er</sup>	Inversión Inicial (1.15)	<b>30,743,427.25</b>	21,120,000.00
2 <sup>o</sup>	1 <sup>er</sup> año (1.15)	<b>35,354,941.34</b>	27,840,000.00
3 <sup>er</sup>	2 <sup>o</sup> año (1.15)	<b>40,658,182.54</b>	35,568,000.00
4 <sup>o</sup>	3 <sup>er</sup> año (1.15)	<b>46,756,909.92</b>	44,455,200.00
5 <sup>o</sup>	4 <sup>o</sup> año (1.15)	53,770,446.41	<b>54,675,480.00</b>
			<b>recuperación en 4 años 9 meses</b>

## Escenario 2

Venta de departamentos	(96 departamentos)(\$220,000.00 promedio)	<b>\$21,120,000.00</b>
Renta de locales	(260.00 m <sup>2</sup> )(100.00)(12 meses)	<b>\$312,000.00</b>
Renta de anuncios	(9 anuncios)(\$50,000.00)(12 meses)	<b>\$5,400,000.00</b>
Renta total	locales + anuncios	<b>\$5,712,000.00</b>
Interés Bancario		<b>10% anual</b>

Como se puede observar, se plantea un escenario mucho más conveniente, mismo en el que los intereses que paga el banco son menores (como más o menos se encuentra en la actualidad) y los anuncios se rentan en una tarifa alta, misma que estaría dentro de los rangos actuales de mercado en cuanto a publicidad se refiere. Así las cosas, la inversión sería recuperada aproximadamente en dos años y ocho meses.

Inversión Bancaria (10% anual)		Ganancia en el Proyecto		
Año	Descripción	Monto (\$)	Monto (\$)	
0	Inversión Inicial	<b>26,733,415.00</b>	0.00	Inicio de la construcción
1 <sup>er</sup>	Inversión Inicial (1.10)	<b>29,406,756.50</b>	21,120,000.00	Venta de departamentos
2 <sup>o</sup>	1 <sup>er</sup> año (1.10)	<b>32,347,432.15</b>	28,944,000.00	1 <sup>er</sup> año(1.10)+renta total
3 <sup>er</sup>	2 <sup>o</sup> año (1.10)	35,582,175.37	<b>37,550,400.00</b>	2 <sup>o</sup> año(1.10)+renta total <b>recuperación en 2 años 8 meses</b>

## Escenarios múltiples

Dado que se trata de un supuesto, conviene mencionar que la factibilidad del proyecto podría basarse en otros criterios y valores para las variables. Por un lado, el precio de la renta de los anuncios podría ser mayor a \$50,000 pesos, en virtud de que al regularse las zonas para la colocación de los anuncios espectaculares en el Periférico y la Ciudad de México en general, éstos presentarían una mayor demanda. Asimismo, y como se ha podido constatar en los escenarios planteados anteriormente, la renta por los locales comerciales repercute muy poco en cuanto a la recuperación de la inversión inicial, por lo que podría plantearse que éstos fueran administrados por los habitantes del conjunto para así, pagar parte de, o posiblemente, todos los gastos de mantenimiento del mismo. Así también, existirían otras maneras, tales como que la renta de los anuncios fuera una concesión de 10 o 15 años para los constructores del conjunto, pasando a manos del gobierno de la ciudad una vez concluido dicho periodo, etcétera.

## Conclusiones

Solamente por echarle mas leña al fuego, solamente por la pretensión de seguirme anotando "autogoles"... Hace pocas semanas -el 18 de octubre del 2001 para ser específico- una buena cantidad de empresas que utilizan anuncios espectaculares para publicitar sus productos, signaron con el Gobierno del Distrito Federal una carta de intención en la que se comprometen a mejorar la imagen urbana de la ciudad, lo que se traduce en que no utilizarán más la publicidad exterior una vez que hayan finalizado sus actuales contratos. Si bien es cierto que solamente se trata de una "carta de intención", pareciera que el asunto va en serio, lo que se puede notar en el tipo y tamaño de empresas que firmaron dicha carta, entre las que -solamente por mencionar de las más importantes- se encuentran: Coca Cola FEMSA, Pepsi-Gemex, Grupo Modelo, Grupo Bimbo, Sabritas, Grupo Maseca, Grupo Financiero Banorte, Home Mart, Nike, etcétera. De vuelta a los escenarios, nos encontramos con uno en el que el punto de partida de esta tesis y de otras tantas -la mayoría de las cuales ya han cumplido con su cometido: titular a compañeros y amigos- pareciera completamente rebasado.

Efectivamente, si dicha "carta de intención" se convierte en acciones, entonces es totalmente factible que el problema de la saturación de los anuncios espectaculares se encuentre resuelto. Si ésta alternativa planteada por el gobierno y las empresas se convierte en realidad, entonces ¿de qué sirve proponer la construcción de una serie de edificios-anuncios que regularían y resolverían un problema que ya no existe?, ¿significaría que tengo que tirar a la basura ésta tesis y comenzar con otra? Vuelvo a insistir, el objeto de una tesis de Licenciatura en Arquitectura no es demostrar -a priori como cierto- el escenario o hipótesis de trabajo en la que se inscribe, el objetivo es demostrar si alguien está capacitado para ser arquitecto o no. Está claro que el escenario importa, de ninguna manera se está planteando que como lo más importante es demostrar si se está capacitado para ejercer la profesión, entonces el escenario y tema que se elija es lo de menos, que éste puede ser algo tan lejano y vago como plantear construcciones en Marte, como plantear un hábitat para hormigas diseñado por humanos... Obviamente, se requiere de cierta condición de realidad y después de todo, ésta tesis la tiene: el problema de la saturación de los anuncios espectaculares es totalmente real, la problemática existe al grado que el Gobierno de la Ciudad y una buena cantidad de empresas proponen una *alternativa de solución*, al igual que ésta y otras tesis también lo son. Lo que está haciendo la "carta de intención" del gobierno y las empresas, es despojar de cualquier pretensión mesiánica -por si todavía las tenía- a la presente tesis: ésta y otras tantas, no son *la solución* a la problemática de los anuncios espectaculares en la Ciudad de México, son simplemente una *alternativa de solución* de entre un sinnúmero de soluciones probables.

No deja de ser curioso el hecho de que por el tema que elegí, por la polémica que sigue suscitando y sobretodo, por la dificultad que presentaba la pretensión de demostrarlo como *la única solución posible*, es que pude llegar a cuestionarme sobre cuál era el verdadero objetivo de la tesis, mismo que ya lo he mencionado en el párrafo anterior. Lo que también es curioso -al mismo tiempo que un tanto angustiante- es que, si el objetivo de una tesis de Licenciatura es el demostrar que estoy capacitado para ejercer una profesión, entonces significa que sé de qué se trata el "hacer arquitectura", a lo que solamente puedo decir que tengo más dudas que respuestas. Si bien es cierto que a lo largo de éste trabajo se presentan una serie de investigaciones, análisis y criterios que validan y soportan la propuesta de ordenación general en el Periférico, el Plan de Imagen Urbana en el nodo de

formado por ésta vialidad y el Viaducto, así como el desarrollo de un proyecto arquitectónico en la zona, hay una buena cantidad de factores a los que no puedo dar una respuesta suficientemente clara.

Para ilustrar lo anterior, propongo algunos ejemplos que comienzan con la propuesta de ordenación general. Si bien es cierto que para determinar las zonas en las que se concentrarían los edificios-anuncios, planteamos una serie de criterios tales como la identificación de áreas en las que existen una gran concentración de anuncios, al tiempo que se encontrarán con poca conformación urbana y/o un nivel de deterioro importante, resulta que ignoramos algunos puntos que cumplieran con estas condiciones, es el caso de la zona cercana a TV Azteca, ¿será que al tratarse de la zona cercana al Pedregal de San Ángel, nos asaltó el prejuicio de que el tipo de edificaciones planteadas no se llevan con una zona habitacional de buen nivel?. Asimismo y dentro del mismo tenor, ¿por qué planteamos que la franja de San Antonio a Barranca del Muerto fuera tratada como una "trayectoria"?, ¿no resultaba más cercana –inclusive para el planteamiento de contar con zonas del Periférico libres de anuncios- a ser tratada como un "nodo" en el cruce con San Antonio?, es más y acercándonos al fondo: si buena parte del problema que nos planteábamos, era el de la saturación de anuncios que existe en las riberas del Periférico ¿por qué decidimos que éstos debían concentrarse solamente en algunas zonas?, ¿por qué no optamos por plantear una secuencia a todo lo largo del Periférico, en la que –igualmente bajo los criterios de poca conformación urbana y un nivel de deterioro alto- los edificios anuncios se encontrarán distanciados un mínimo de 500 metros, por ejemplo?, ¿por qué determinamos una solución que se encuentra más cercana a Times Square, cuando las condiciones son mucho más cercanas a Las Vegas?.

Como segundo ejemplo, se encuentra el Plan Maestro de Imagen Urbana. Al igual que el ejemplo anterior y como se puede ver en el capítulo tres de ésta tesis, existe una investigación previa y, una serie de conclusiones y criterios que le dan forma al plan en cuestión. Sin embargo, es interesante que bajo los mismos criterios éste pudiera haber sido distinto: de alguna manera, el hecho de plantear una identificación del nodo como publicitario y de información, no significaba que tuviéramos que unificar las alturas totales en el área, no necesariamente implicaba que teníamos que optar por una solución en la que existiera un cerramiento, como si esto se tratara de una especie de plaza gigantesca, ¿por qué no optamos por una serie de edificios mucho más separados, en los que la dispersión fuera parte de las características que permitieran identificar al nodo?. En otro sentido, si bien es cierto que los Planes Delegacionales y las visitas de campo nos mostraron una zona predominantemente habitacional, ¿por qué planteamos que la mayor parte de los edificios-anuncio fueran de éste tipo?, ¿por qué no planteamos que al tratarse de las riberas de dos vialidades tan importantes, dichas construcciones fueran una especie de filtro y tamiz para las zonas habitacionales del interior de las manzanas y por tanto, fueran unos edificios en los que no se contemplara un uso habitacional?.

Como último ejemplo, falta hablar sobre el proyecto arquitectónico en sí mismo. Seguramente, ya se habrá leído una serie de razones y determinantes que le dan forma al proyecto, ya se habrá notado el intento de explicar linealmente un proceso de diseño, que como cualquiera, de lo que más carece es de *linealidad*. Lo más angustiante de esta historia, es el hecho de que, a pesar de una buena cantidad de razones (funcionales, técnicas, de programa, de concepto, etc.) que sustentan válidamente el resultado final del proyecto, resulta ser que las mismas razones, los mismos criterios, los mismos requerimientos y las

mismas valoraciones, podrían haber dado otro resultado formal: ¿por qué decidí proponer unas ventanas triangulares que se salen del volumen principal del edificio, si unas cilíndricas hubieran cumplido con la misma función, si unas al paño y con un tratamiento de persianas desmontables lo habrían logrado también?, ¿por qué la imagen de la Unidad Habitacional de Marsella y sus columnas en el medio del volumen principal, en vez de la del Centro Pompidou con toda la estructura aparente?, ¿por qué no haber hecho una distribución de vanos y macizos totalmente libre, en virtud de que la estructura principal se encontraba al interior del edificio?, ¿por qué haber propuesto unos taludes de piedra, en vez de unos muros de contención de concreto verticales que bien podrían haber aumentado la superficie de los patios, al tiempo de seguir conteniendo el material de excavación utilizado para los jardines?, etcétera.

Como puede observarse en los tres ejemplos, hay una serie de dudas a las que no puedo dar una respuesta contundente. Por más que existan una serie de razones de peso, lo curioso es que éstas mismas y los mismos criterios, podrían habernos —y haberme en el caso del proyecto— llevado a una propuesta totalmente distinta. Con el sólo hecho de esbozar esta posibilidad, lo que sucede es que me quedo sin respuestas, me veo orillado a utilizar una metarespuesta que está casi prohibida en las escuelas de arquitectura: es así porque me gustó, porque así lo quise... Quepa aclarar que no estoy anulando el resultado de la presente tesis, en realidad, pienso que lo que he presentado, es un trabajo que presenta una buena condición de congruencia y solidez, que cuenta con un proyecto y un resultado aceptable: es por esa razón que decido *abandonarlo* y presentarlo como concluido, siendo la hora de que los sinodales juzguen y determinen como *cierto* o *falso* si estoy en capacidades de ser Arquitecto.

## **Bibliografía**

### Libros y material impreso consultado:

**de Solà Morales**, Ignasi. "Diferencias. Topografía de la arquitectura contemporánea." Editorial Gustavo Gili, 1996.

**Moles**, Abraham & **Rohmer**, Elizabeth. "Psicología del espacio." Editorial Aguilera, 1972.

**Venturi**, Robert & **Scott Brown**, Denise. "Aprendiendo de Las Vegas". Editorial Gustavo Gili, 1998.

**Ferrer**, Eulalio. "La escuela publicitaria del escándalo" en *La Jornada*, 29 de octubre de 1996.

**Fernández Alba**, Antonio. "La metrópoli vacía". Editorial Anthropos.

**Montaner**, Josep María. "La modernidad superada: Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX". Editorial Gustavo Gili, 1997. p. 47.

**Geuze**, Adrian. "El urbanita nómada y el espacio de la movilidad". *Quaderns D'arquitectura i Urbanisme* No. 213.

**García Olvera**, Hector. "Paisaje urbano y anuncios espectaculares" en *Bitácora* No. 2. Revista de la Facultad de Arquitectura, 2000.

**INFONAVIT**. "La vivienda comunitaria en México" INFONAVIT, 1988.

**Gobierno del Distrito Federal**. "Reglamento de anuncios para el Distrito Federal" en *Gaceta Oficial del Distrito Federal* no. 98, novena época.

**Dirección de Información del Gobierno del Distrito Federal**, "Boletín de Prensa 08/XI/98"

### Información obtenida de internet y programas de radio

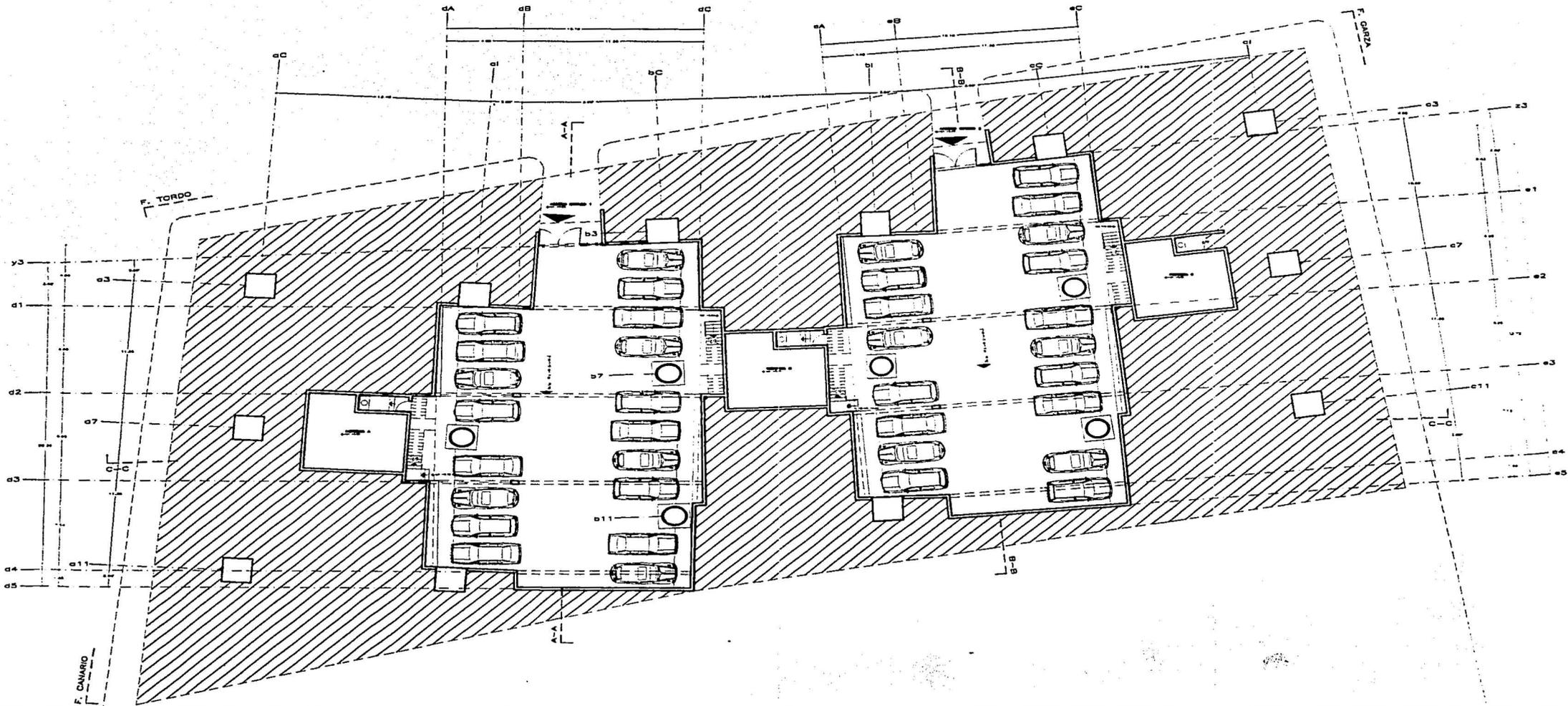
**Leal**, Felipe. "Paisaje urbano: Anuncios espectaculares. Entrevista a Héctor García Olvera", en programa radiofónico *La arquitectura en el espacio y en el tiempo. No 82*, Radio UNAM-CNCA, 28 de abril de 1998.

<http://www.vendor.com>

<http://www.metropolismag.com>

<http://nm-server.jrn.columbia.edu/projects>

SIMBOLOGIA



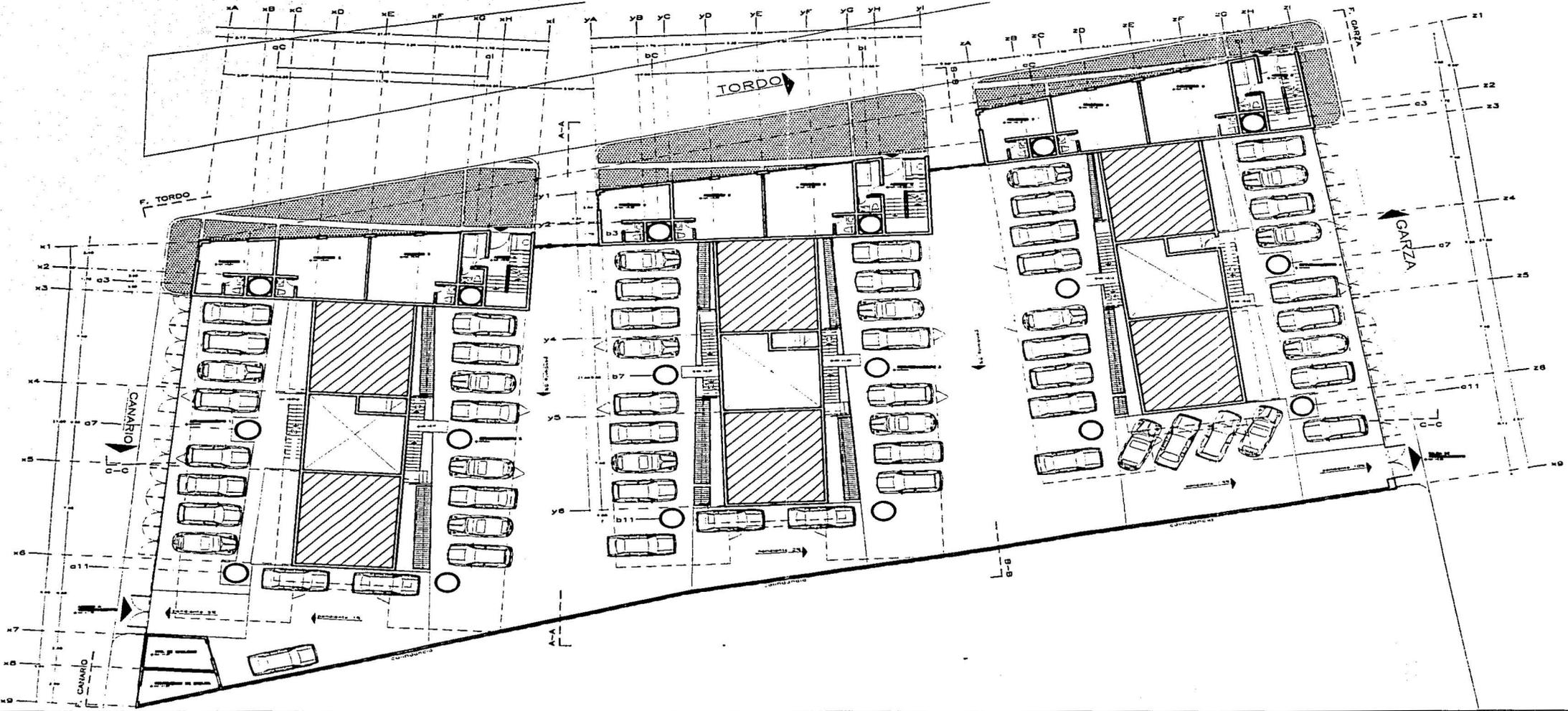
A-1



CONJUNTO - SOTANO

ESCALA 1:250

SIMBOLOGIA

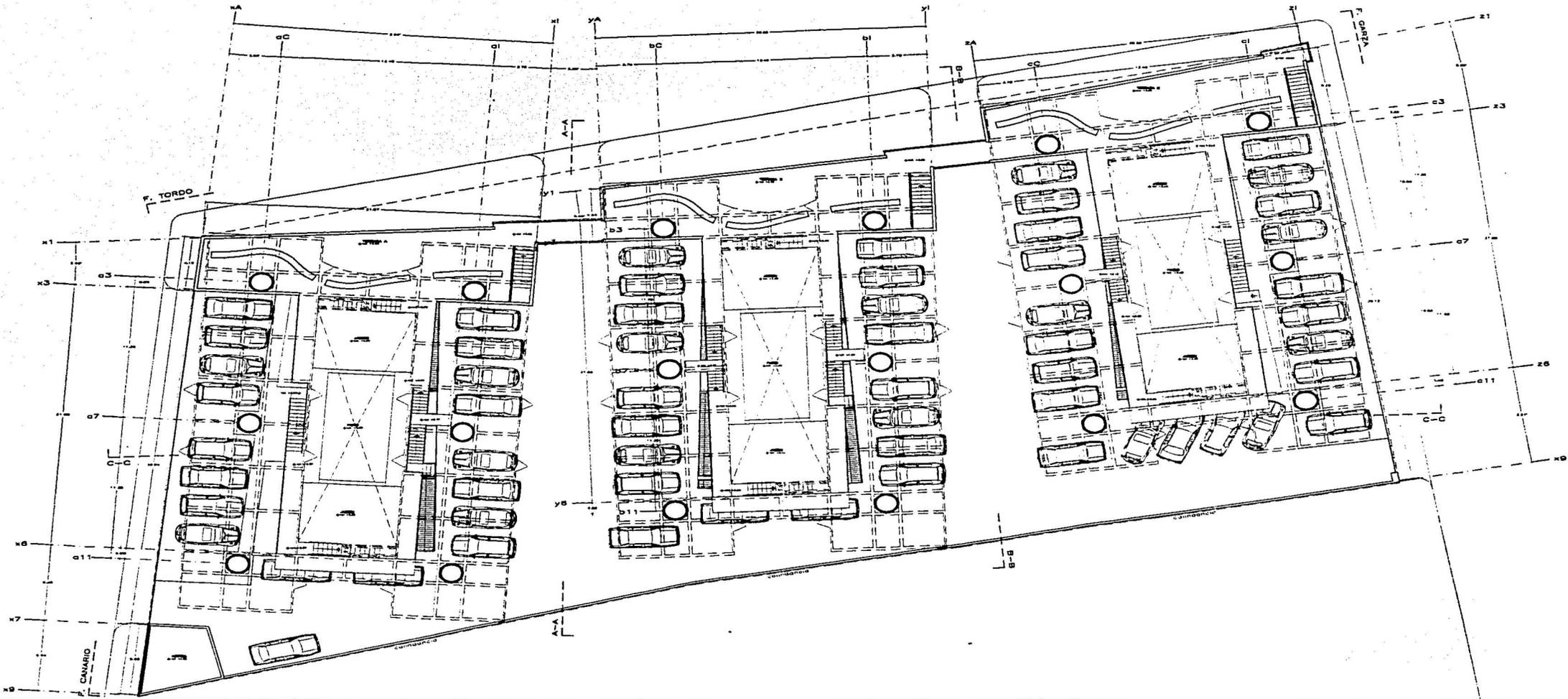


CONJUNTO - PLANTA BAJA

ESCALA 1:250

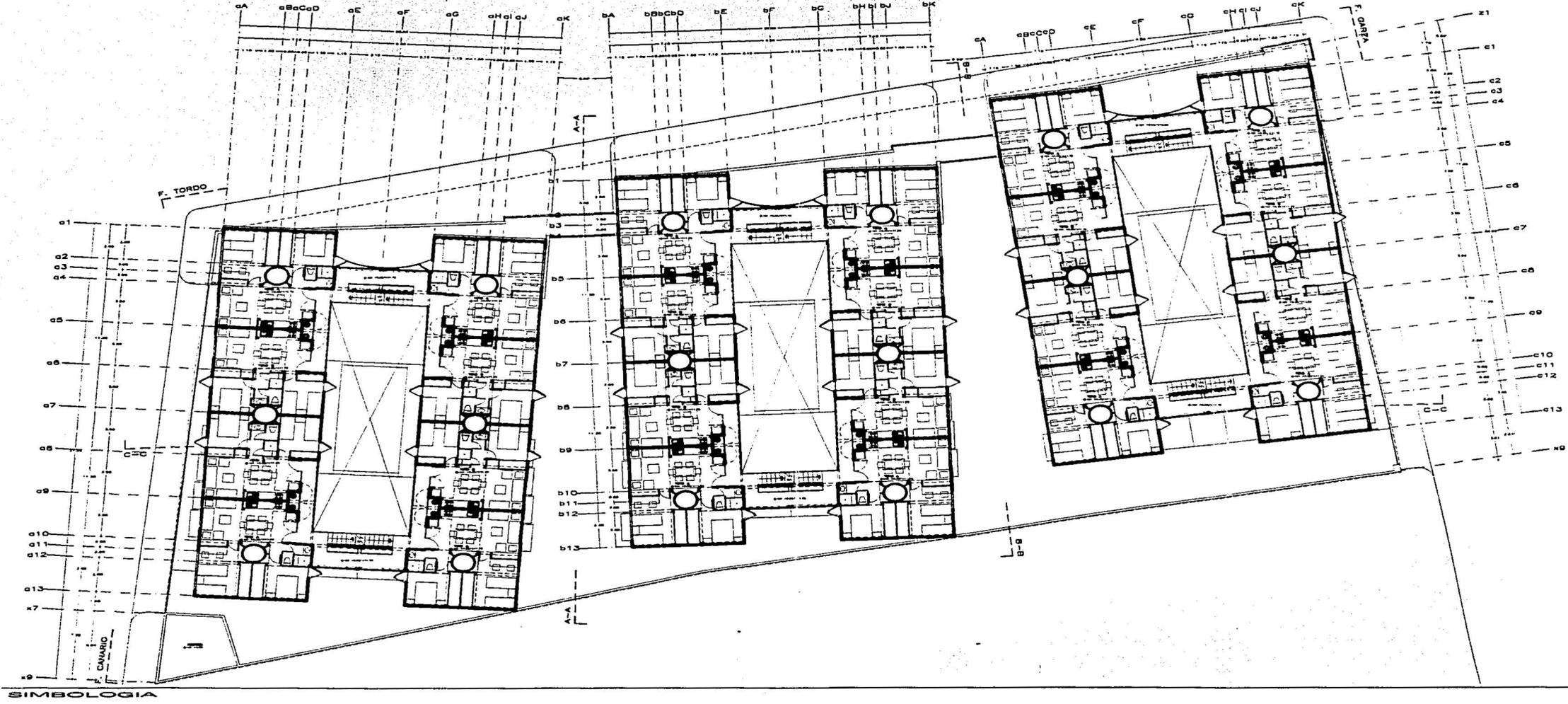
A-2

SIMBOLOGIA



CONJUNTO - 1er NIVEL  
ESCALA 1:250

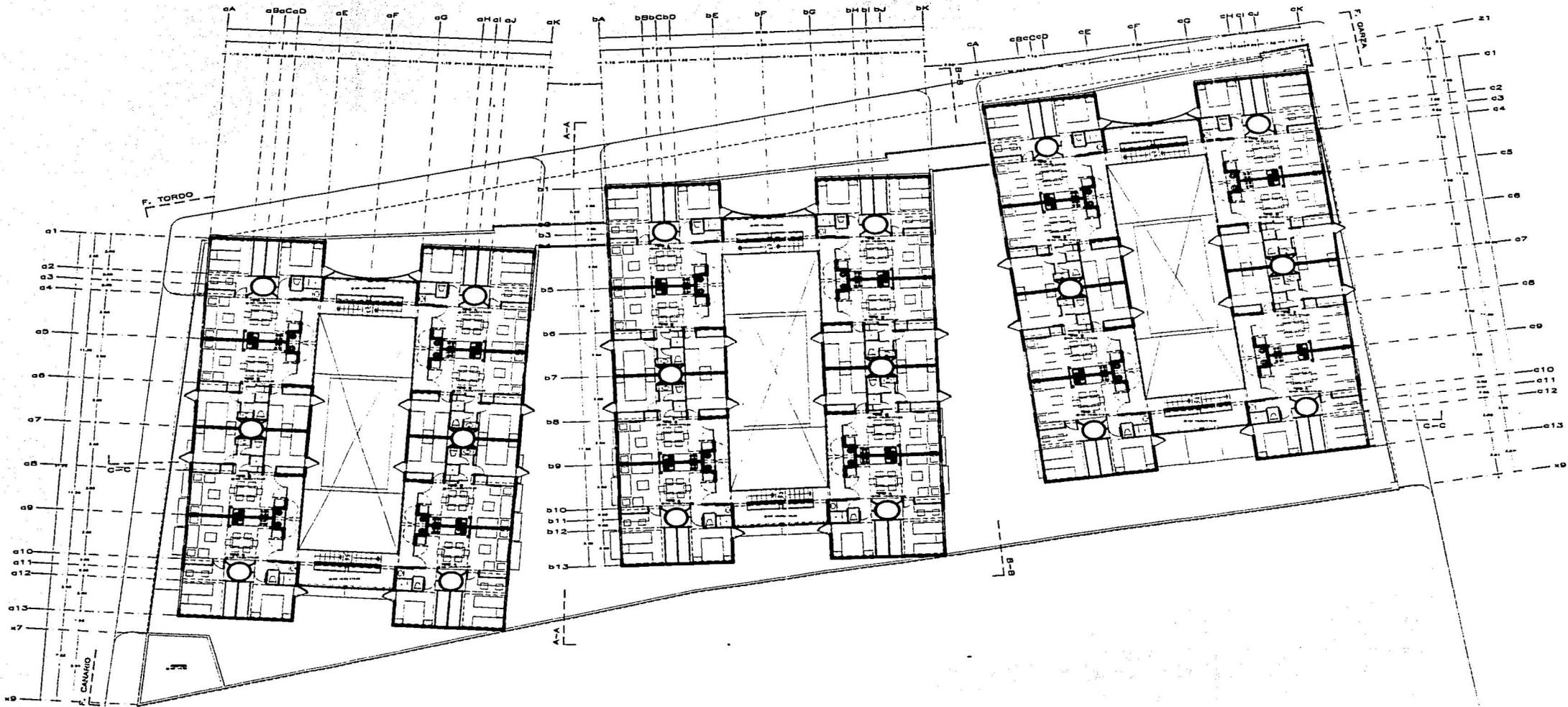
A-3



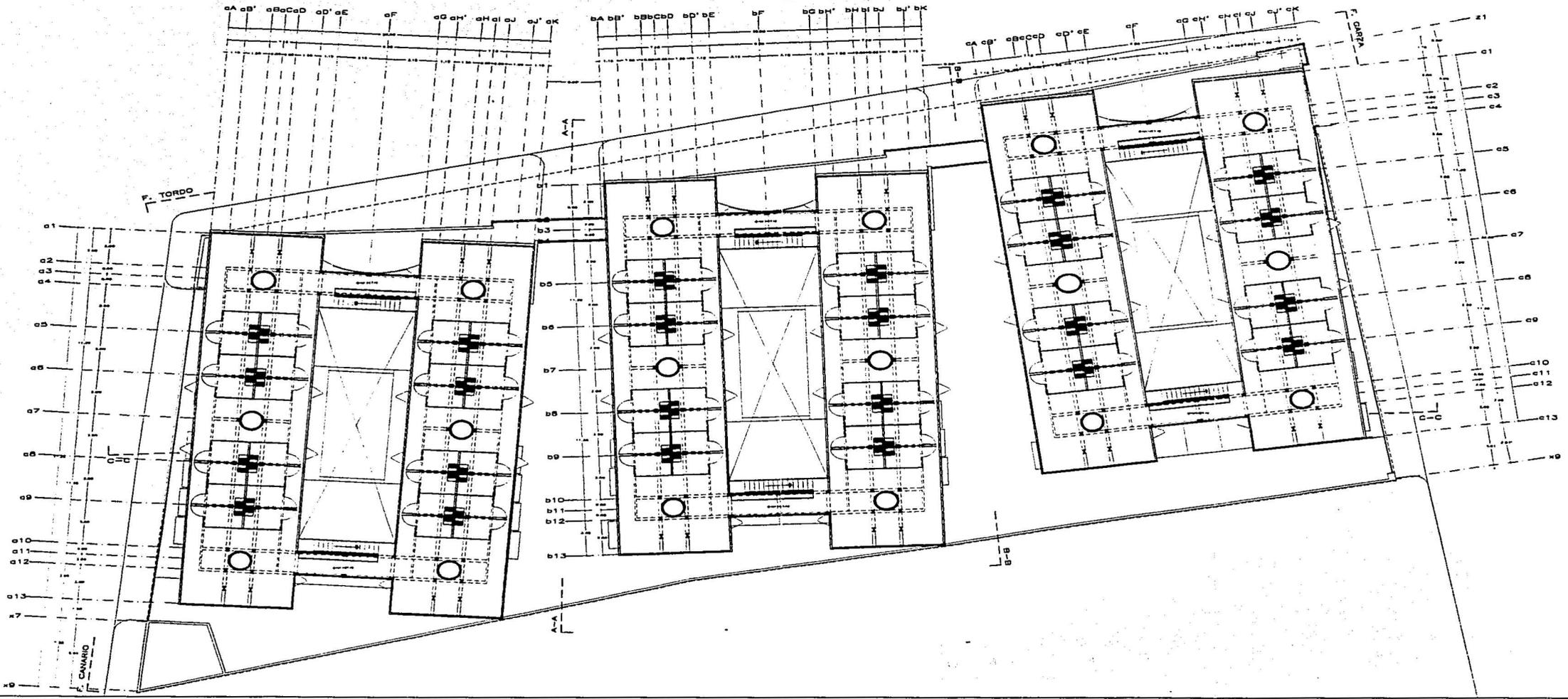
SIMBOLOGIA

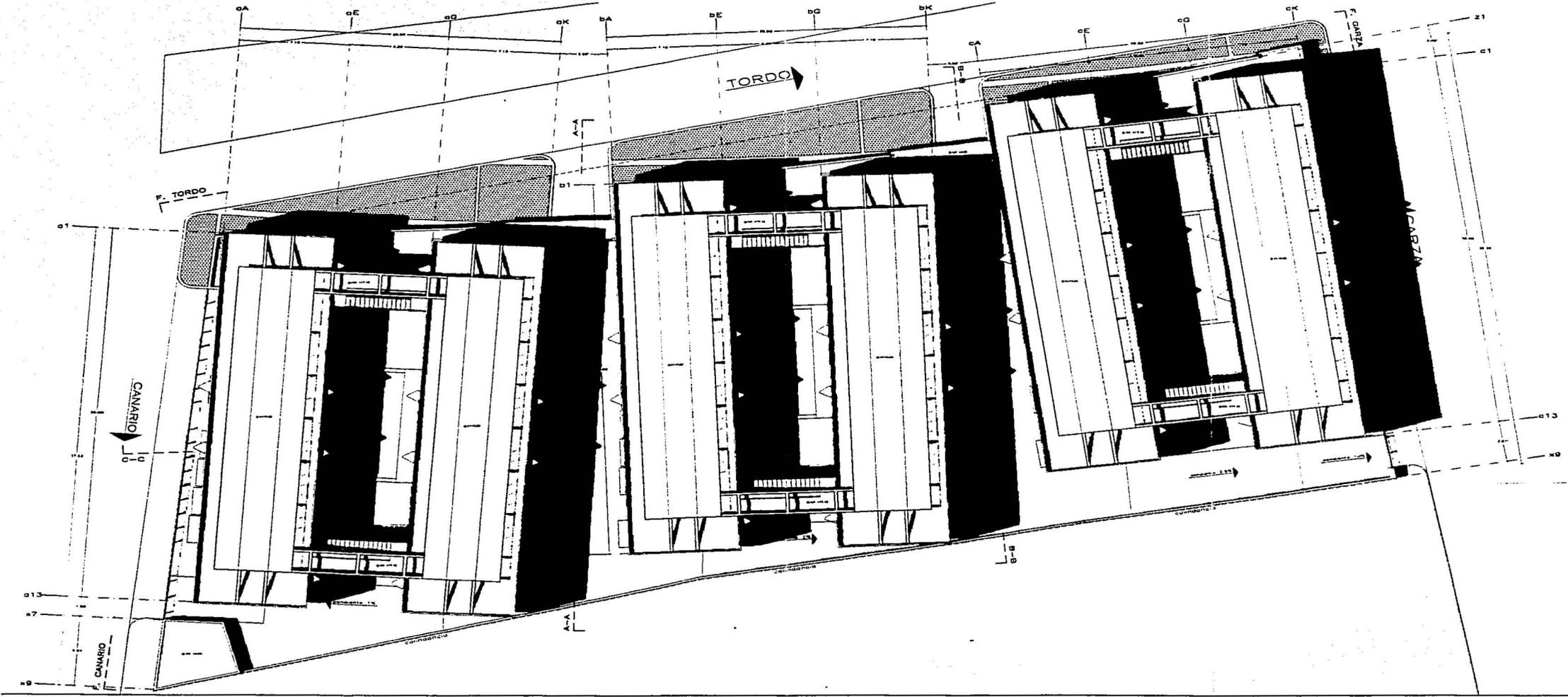
CONJUNTO - PLANTA TIPO n +6.30/+11.70  
 ESCALA 1:250

SIMBOLOGIA



SIMBOLOGIA



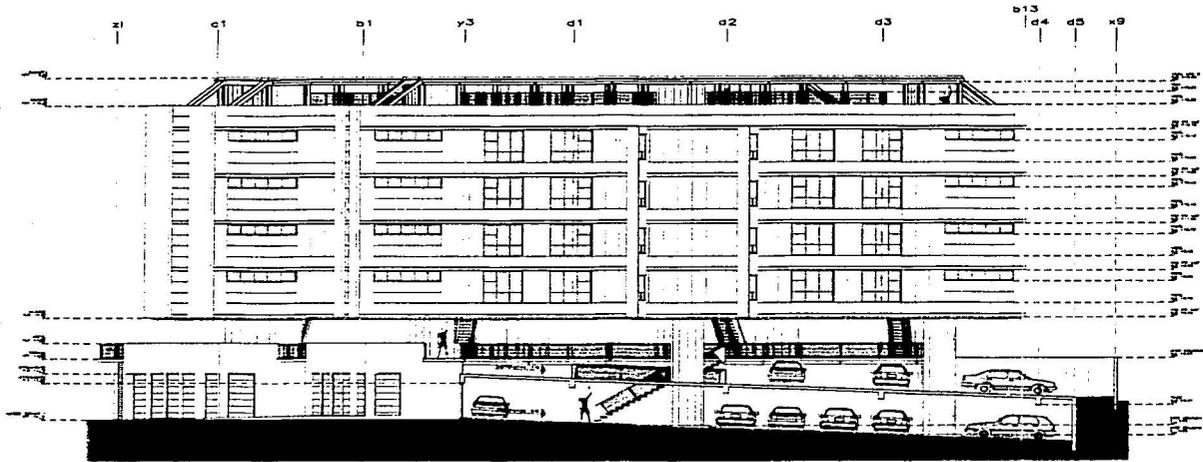


SIMBOLOGIA

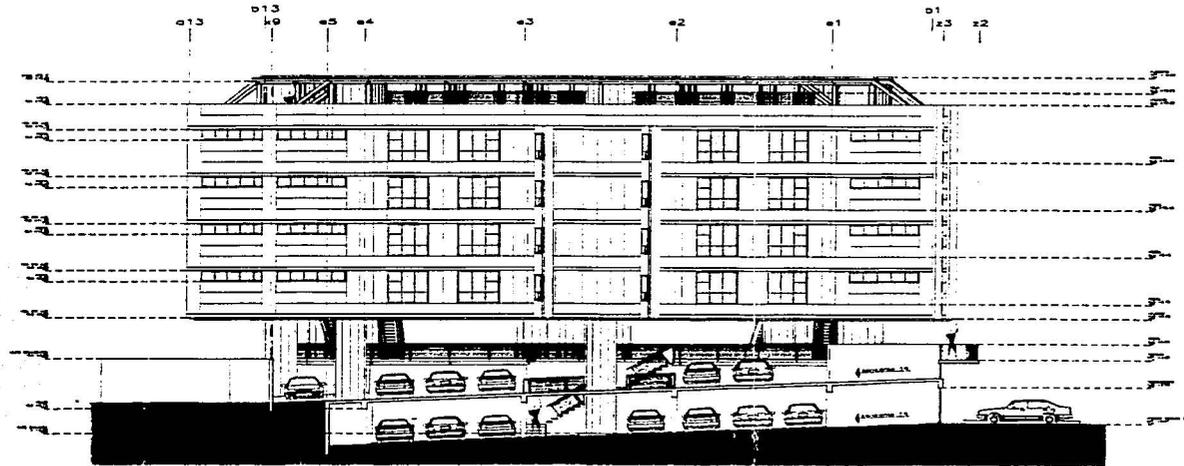
CONJUNTO - PLANTA DE TECHOS

ESCALA 1:250

A-7



CORTE A-A



CORTE B-B

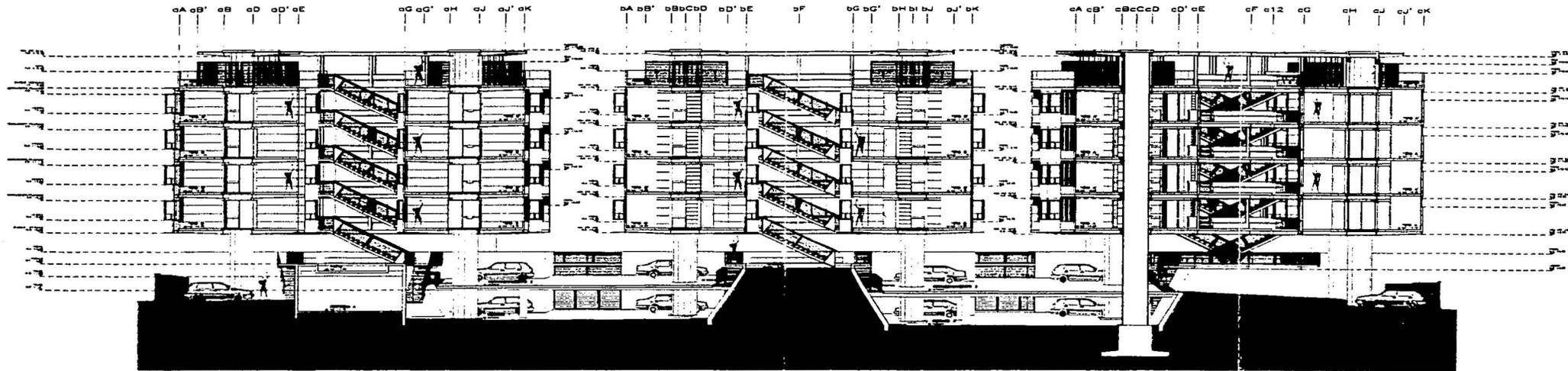
SIMBOLOGIA

CONJUNTO - CORTES TRANSVERSALES

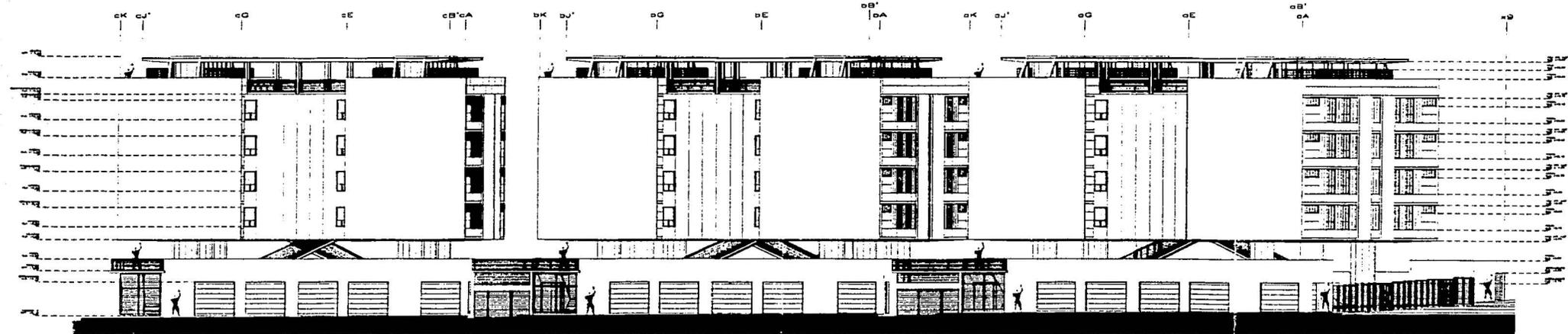
ESCALA 1:250

10m





CORTE C-C

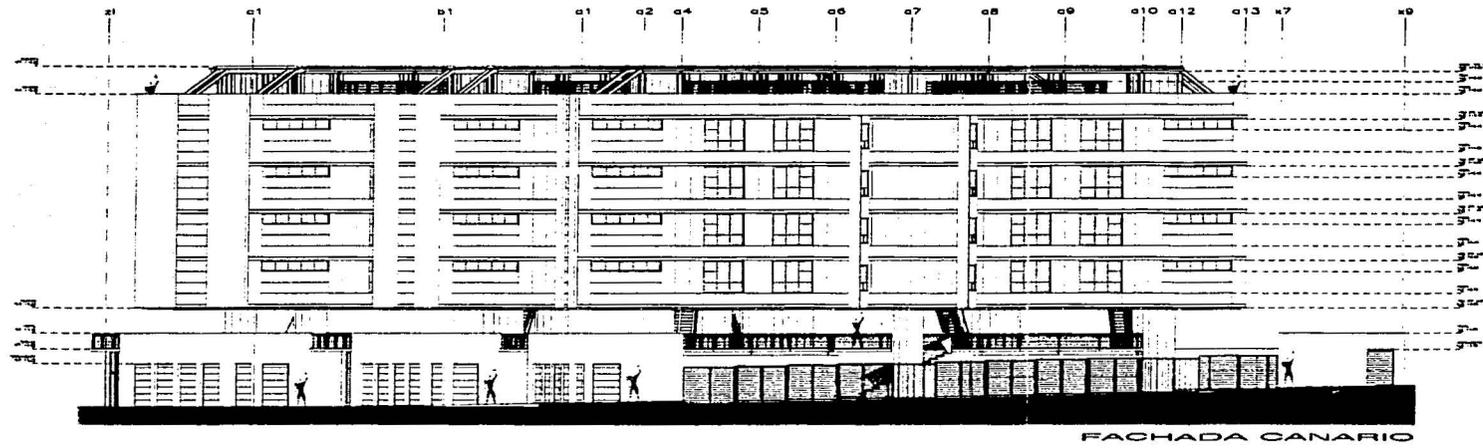


FACHADA TORDO

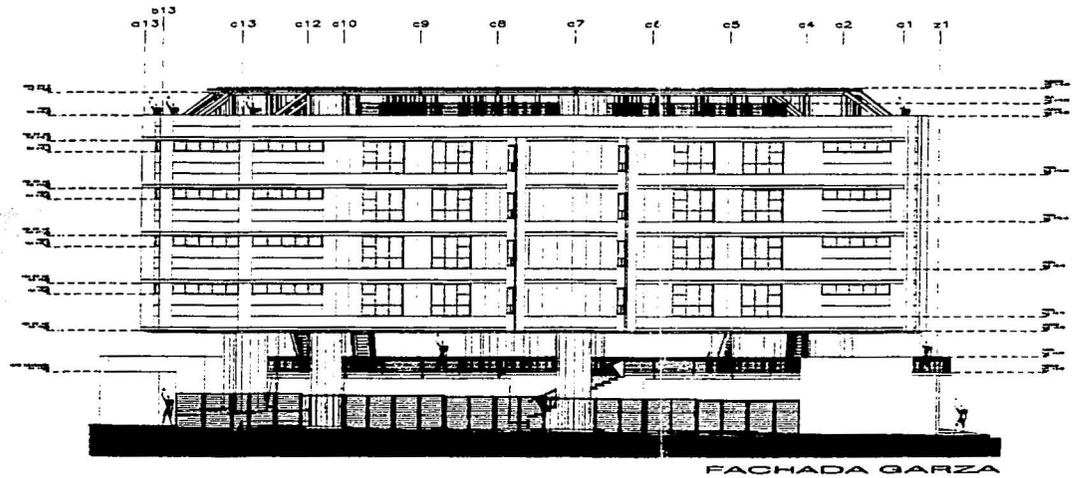
SIMBOLOGIA

CONJUNTO - LONGITUDINALES  
ESCALA 1:250

A-9



FACHADA CANARIO

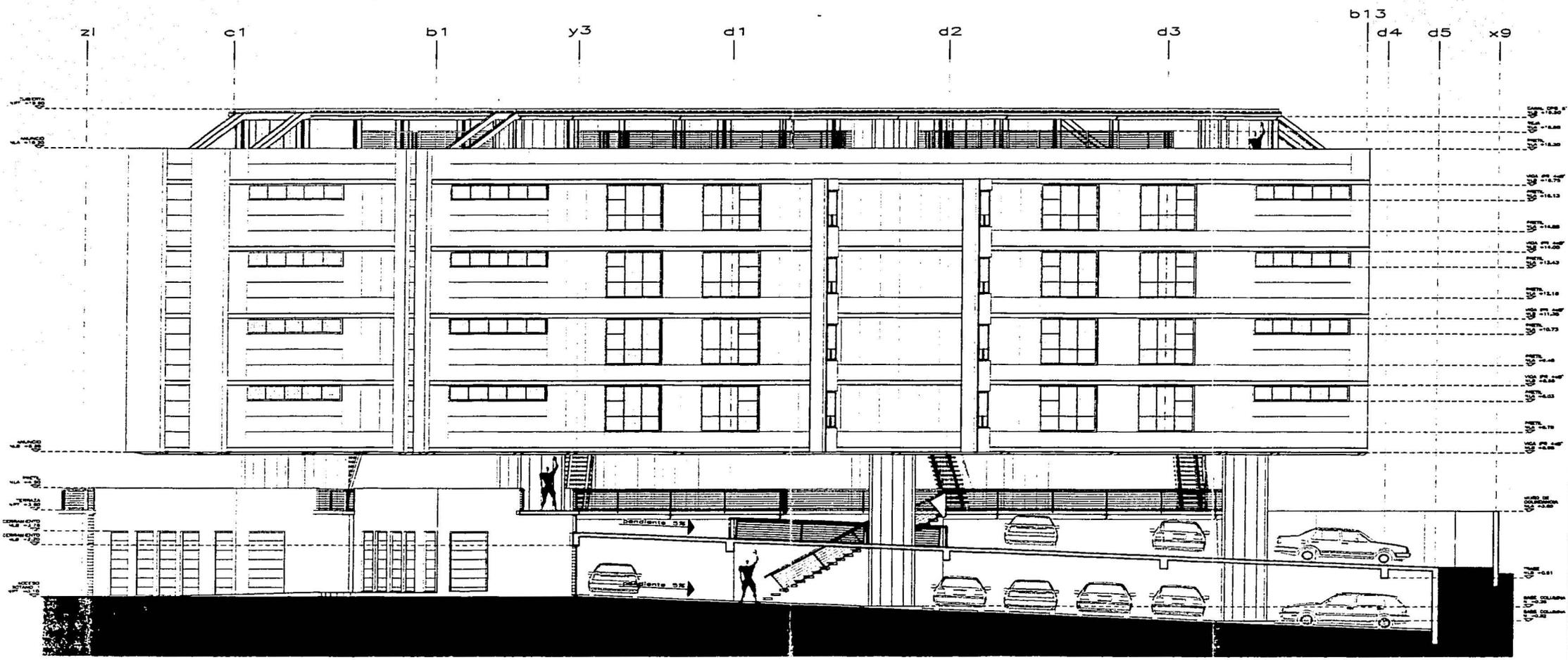


FACHADA GARZA

SIMBOLOGIA

CONJUNTO - FACHADAS LATERALES

ESCALA 1:1250

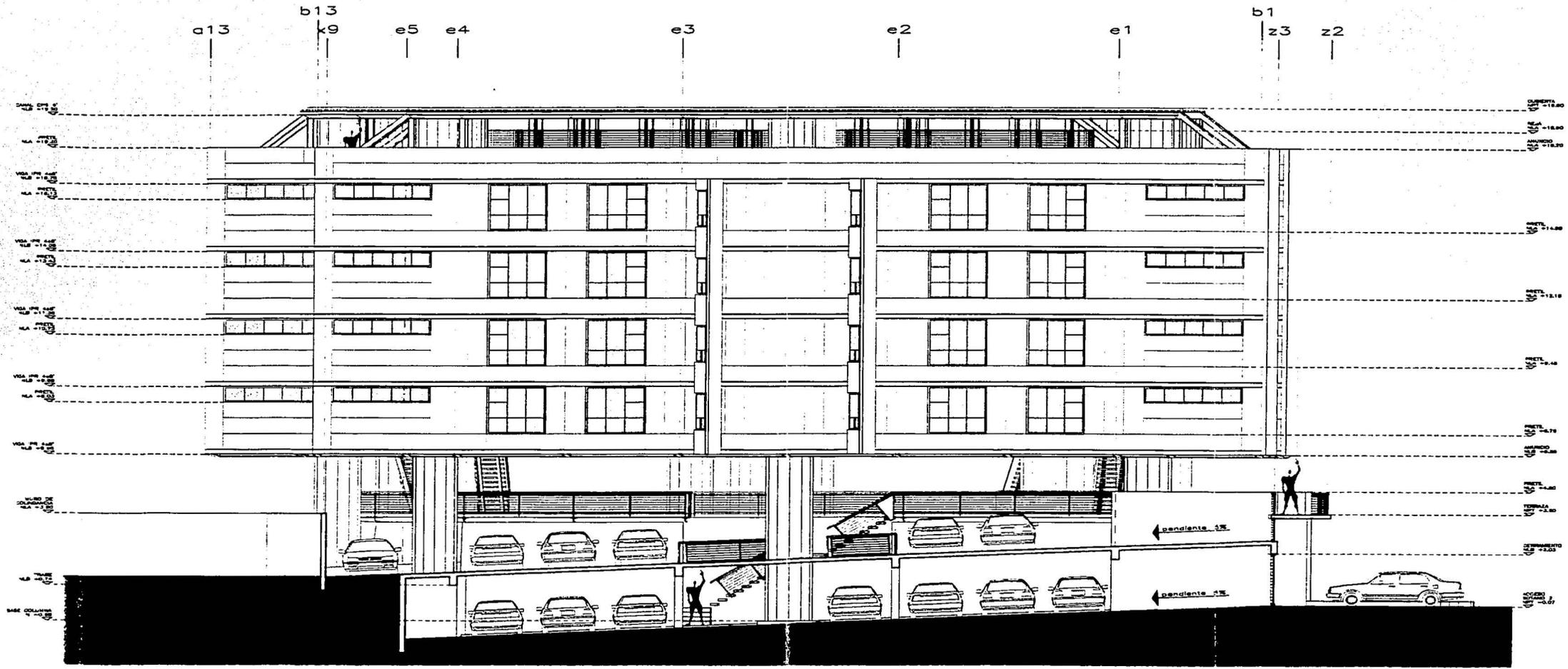


CONJUNTO - CORTE A-A  
 ESCALA 1:125

A-11

SS

SIMBOLOGIA

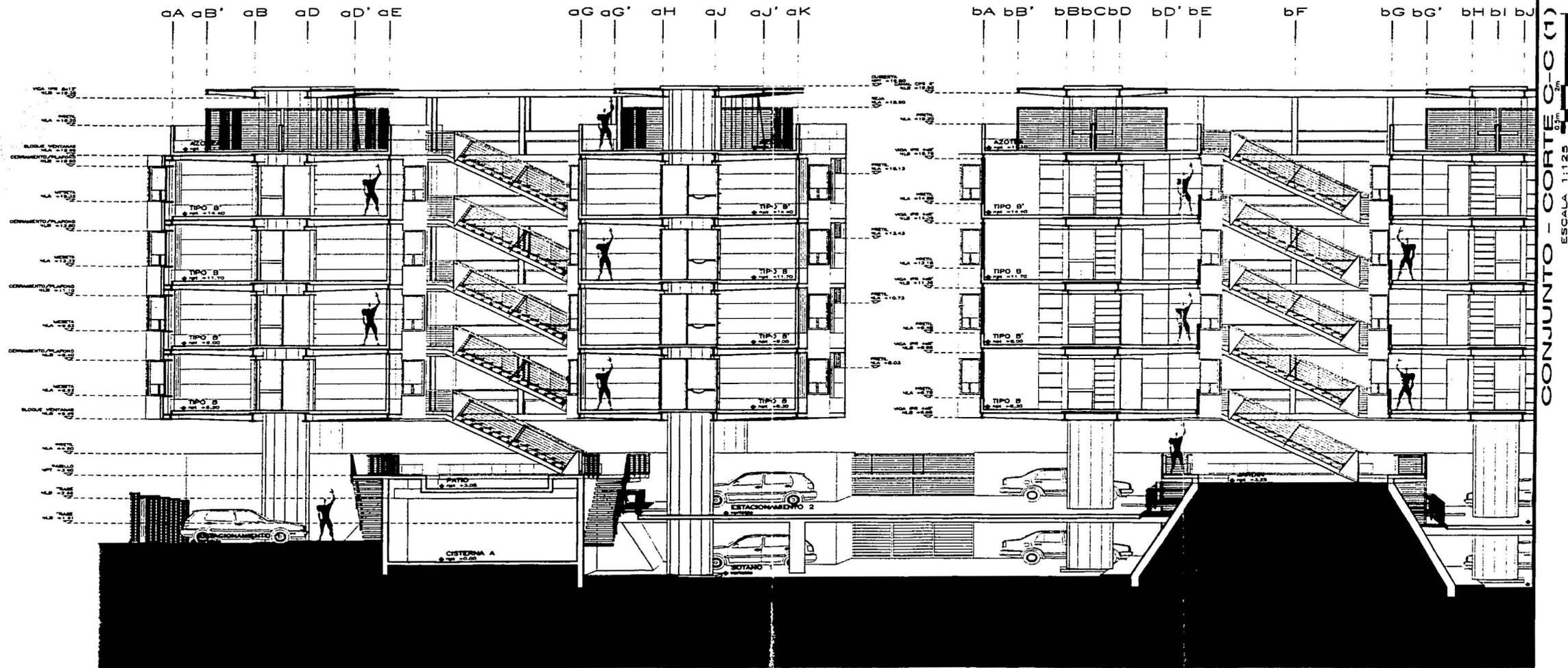


CONJUNTO - CORTE B-B  
 ESCALA 1:125



SIMBOLOGIA





CONJUNTO - CORTE C-C (1)  
 ESCALA 1:125

SIMBOLOGIA

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

bB bC bD bD' bE

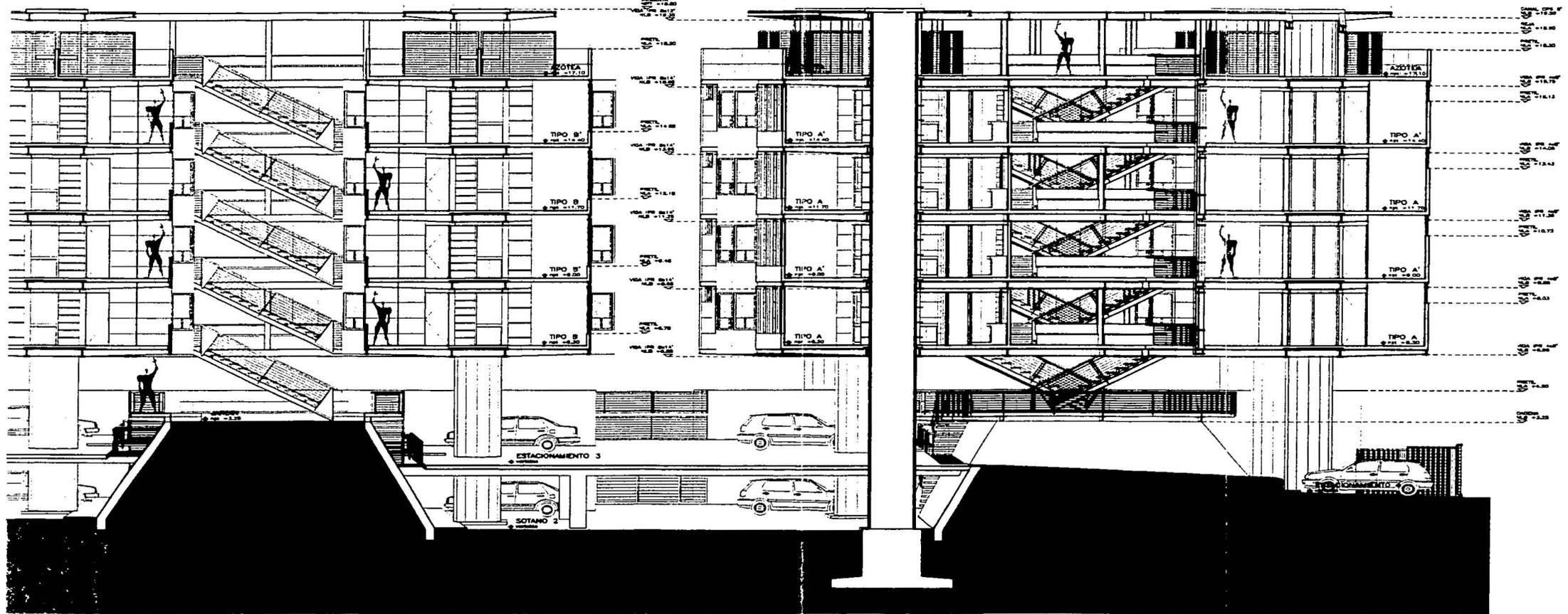
bF

bG bG' bH bI bJ bJ' bK

cA cB' cBcCcD cD' cE

cF c12 cG

cH cJ cJ' cK



SIMBOLOGIA

CONJUNTO - CORTE C-C (2)  
ESCALA 1:1125

A-13



CONJUNTO - FACHADA CANARIO (1)

ESCALA 1:125

SIMBOLOGIA

A-14

59



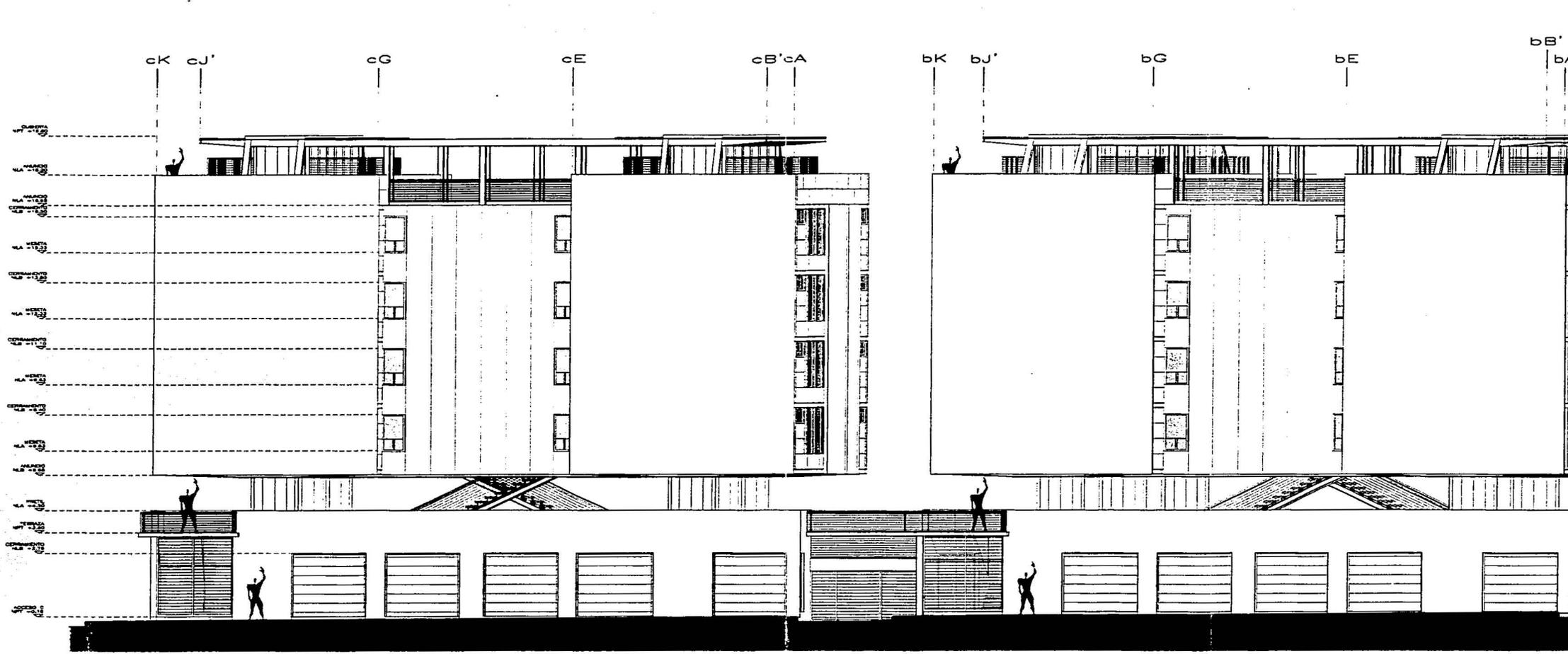
SIMBOLOGIA



CONJUNTO - FACHADA CANARIO (2)

ESCALA 1:1125



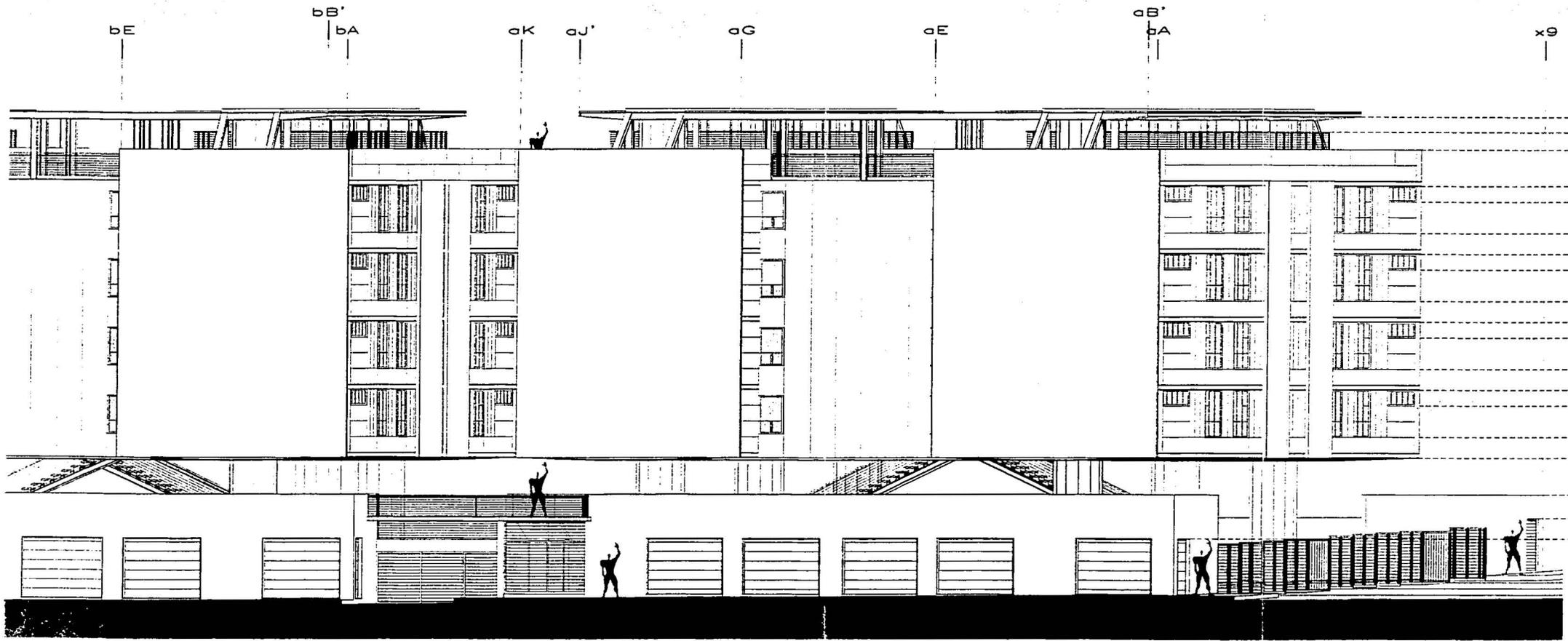


CONJUNTO - FACHADA TORDO (1)

ESCALA 1:125

SIMBOLOGIA

A-15

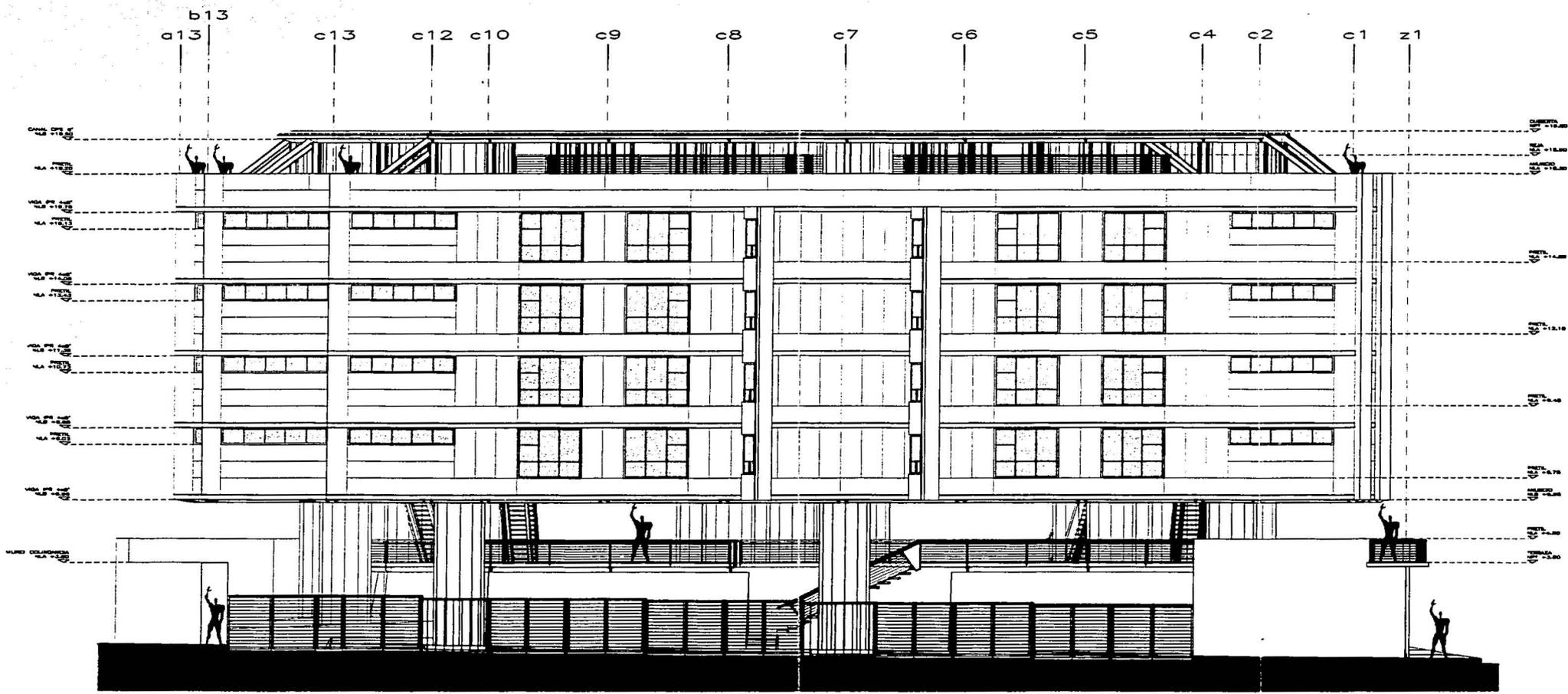


SIMBOLOGIA



A-15'

CONJUNTO - FACHADA TORDO (2)  
ESCALA 1:125 0 1m 2m 3m

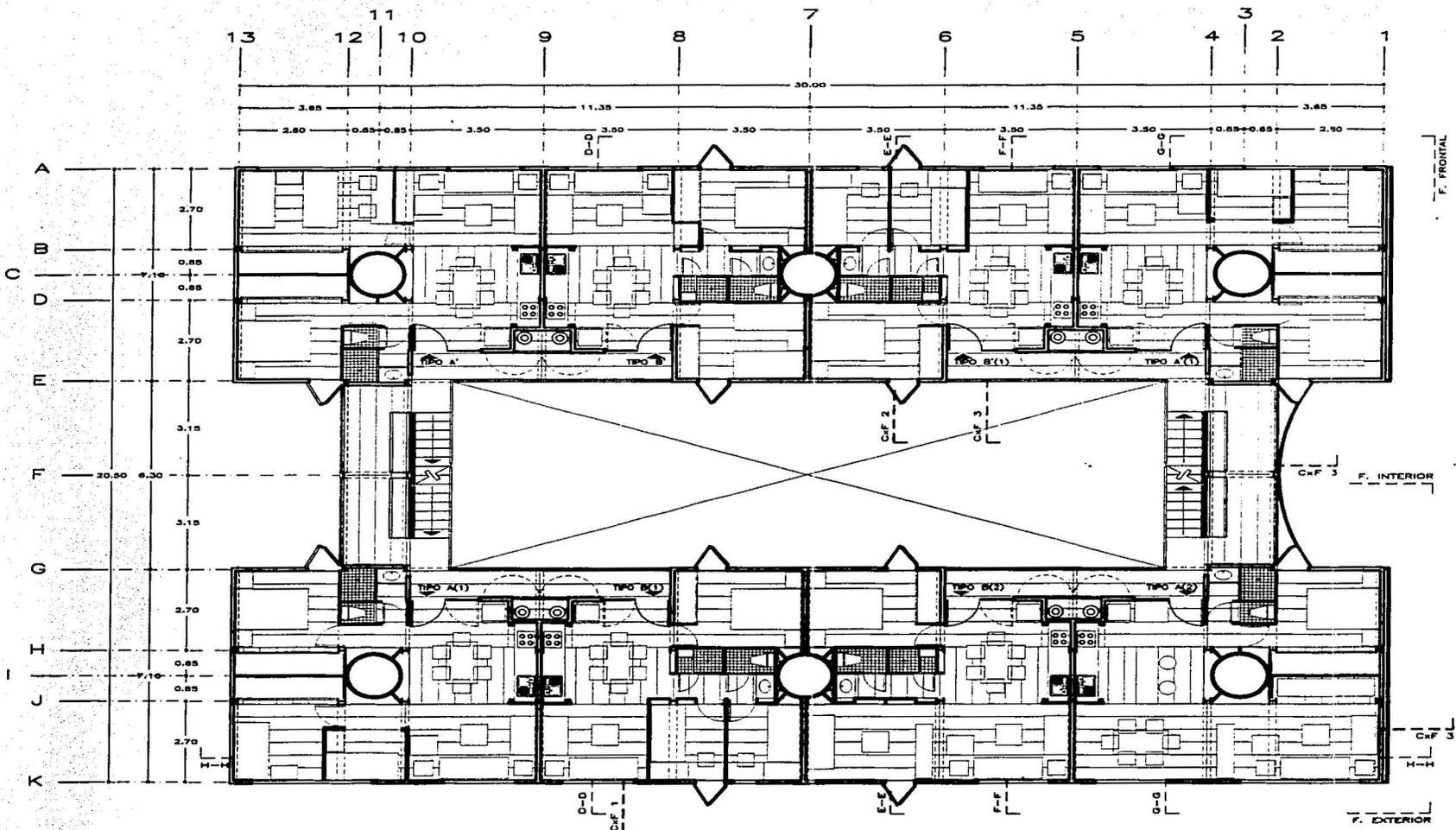


SIMBOLOGIA

CONJUNTO - FACHADA GARZA  
 ESCALA 1:125  
 0.3m  
 0.6m  
 0.9m

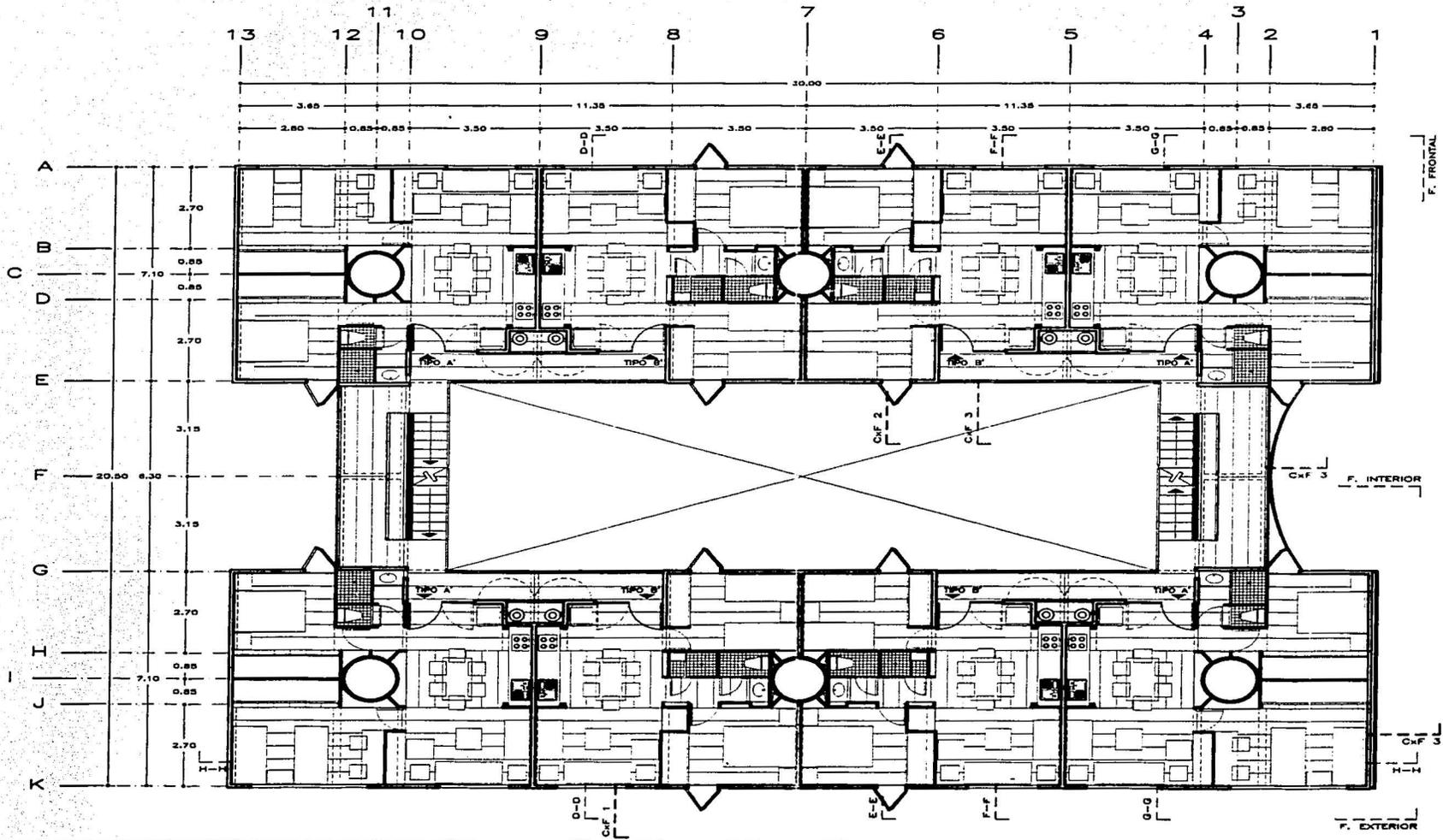




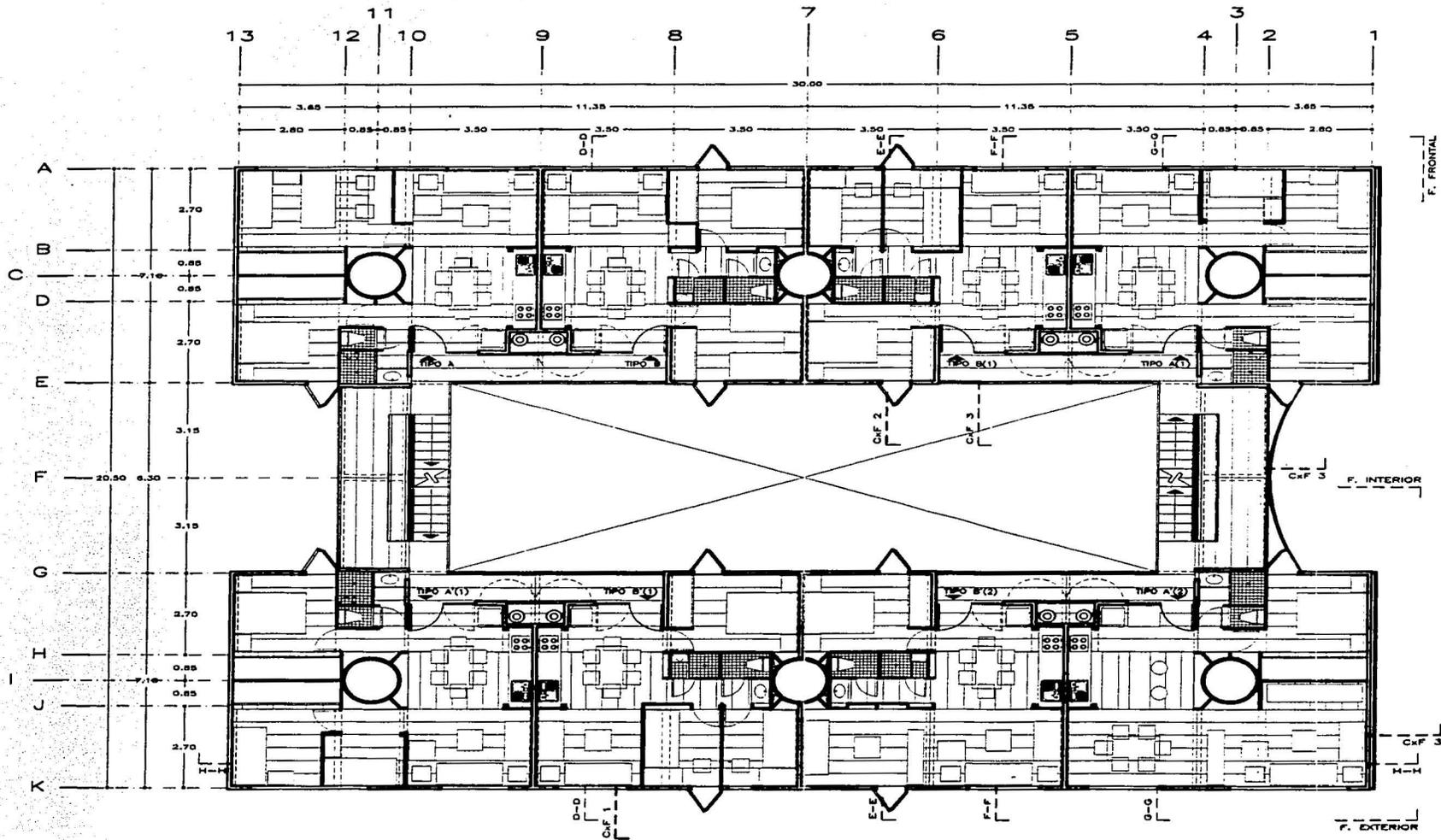


MODULO - VARIANTES TIPO n+6.30/+11.70  
 ESCALA 1:1125

SIMBOLOGIA



SIMBOLOGIA

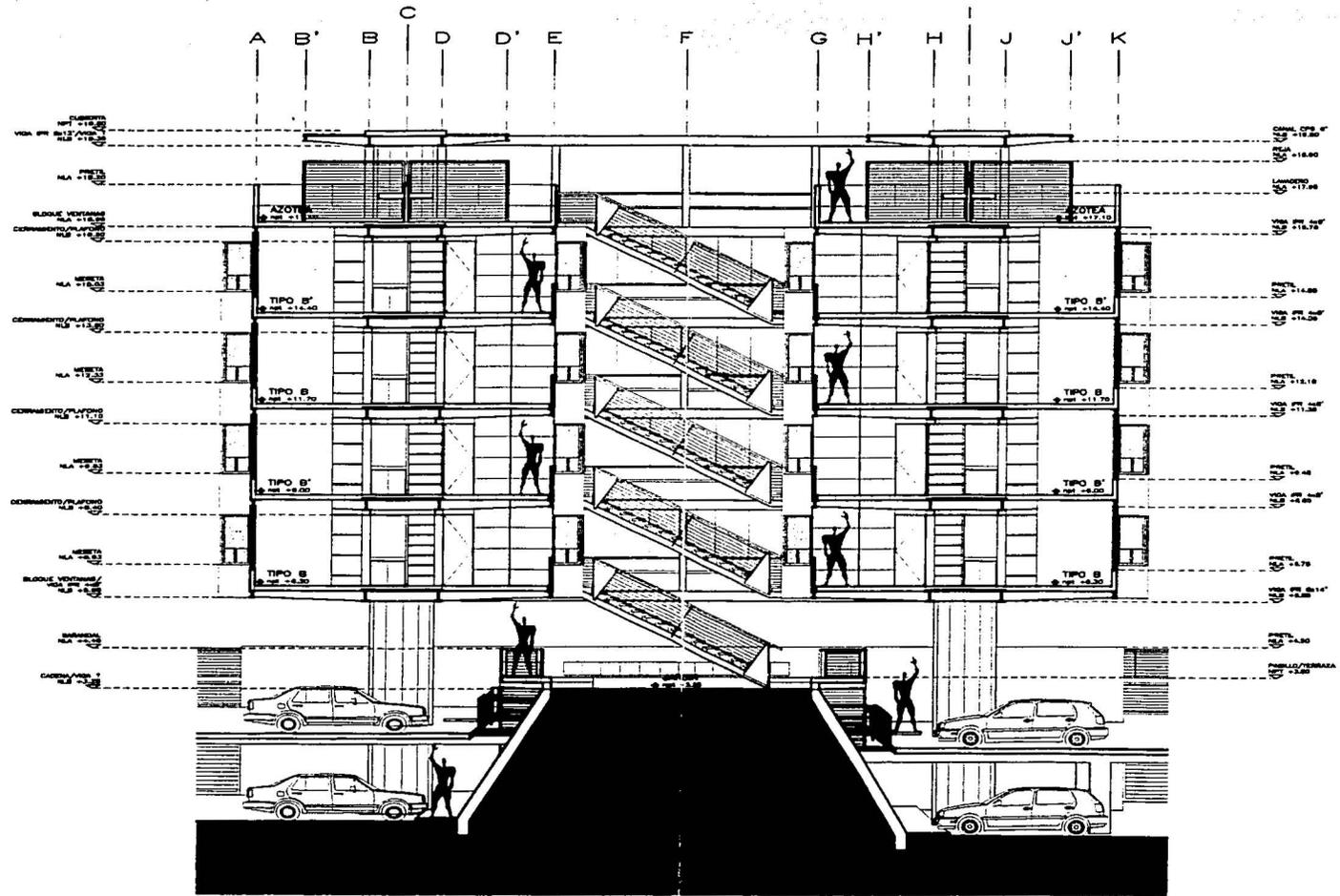


SIMBOLOGIA



MODULO - PLANTA TIPO n+9.00/+14.40  
 ESCALA 1:125

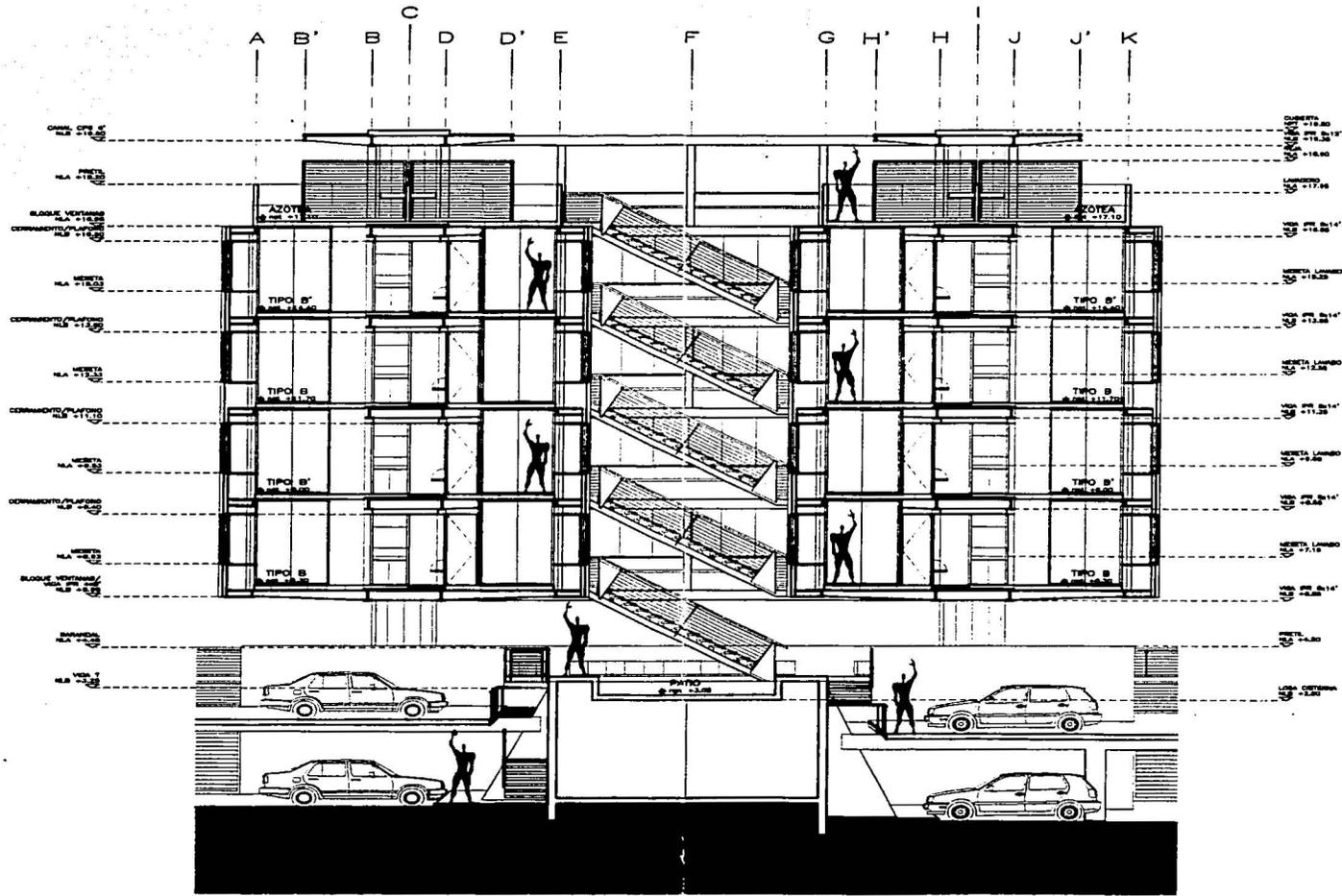




MODULO - CORTE D-D  
 ESCALA 1:125



SIMBOLOGIA

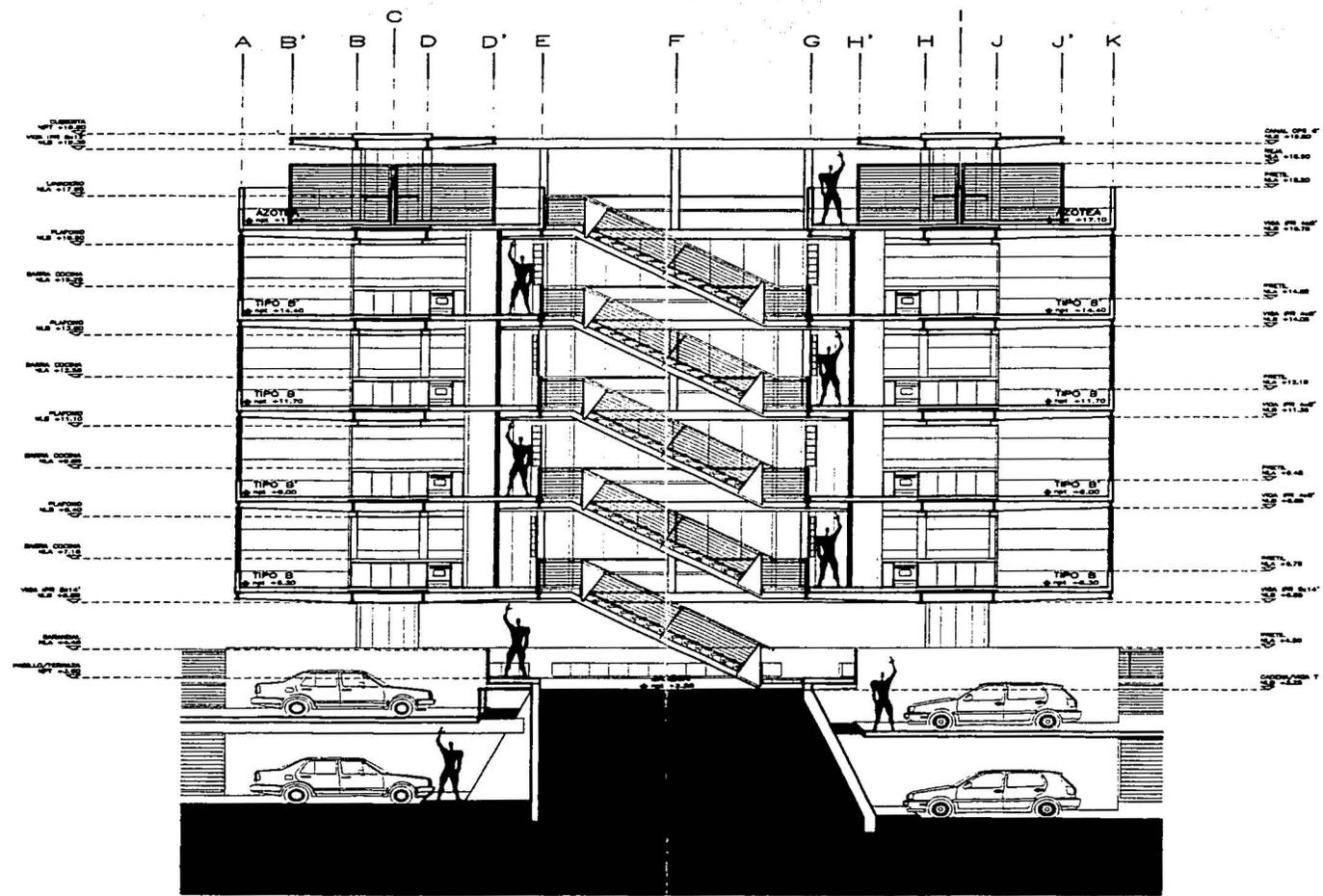


SIMBOLOGIA



A-22

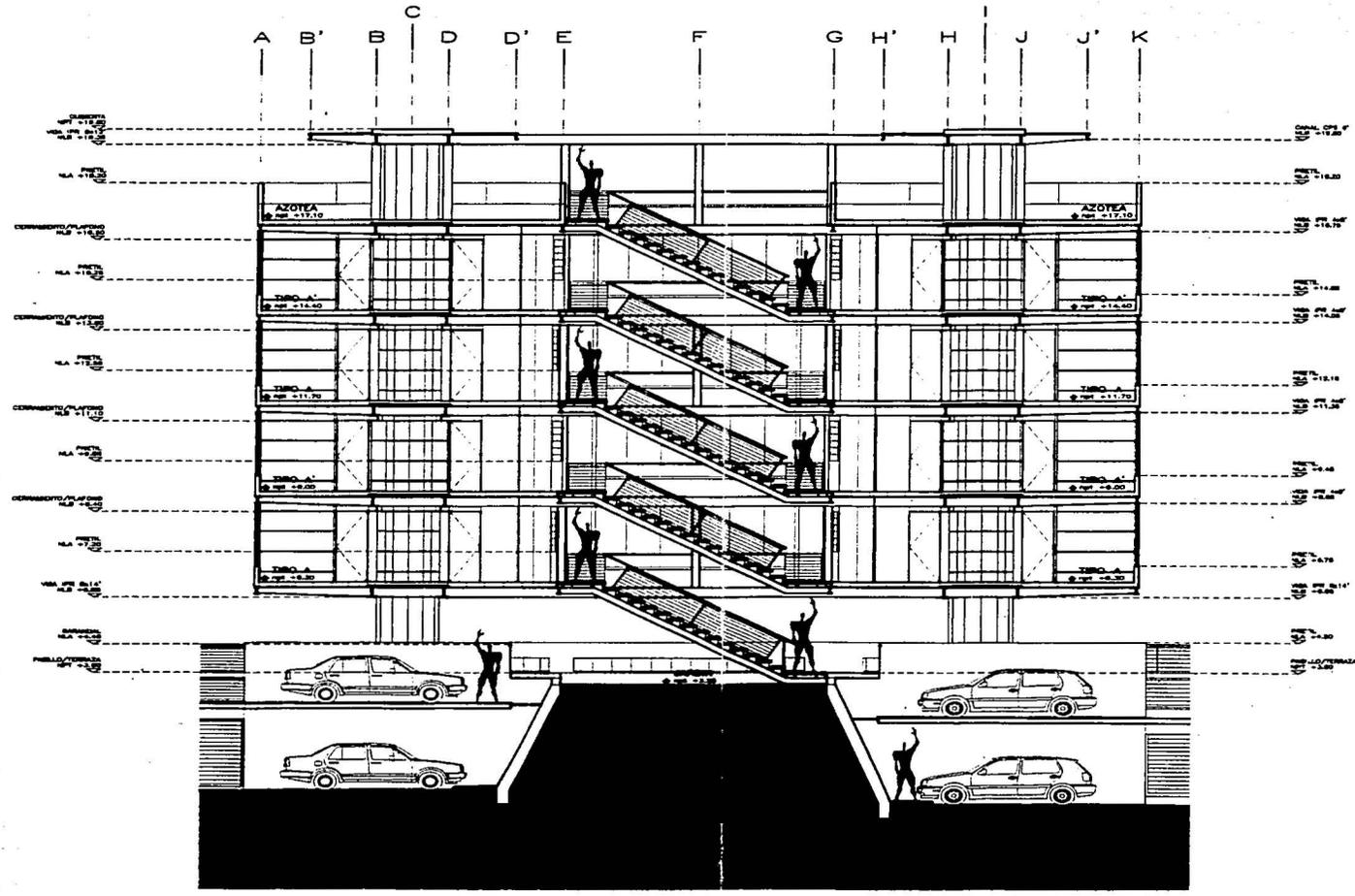
MODULO - CORTE E-E  
 ESCALA 1:125



MODULO - CORTE F-F  
 ESCALA 1:125

A-23

SIMBOLOGIA



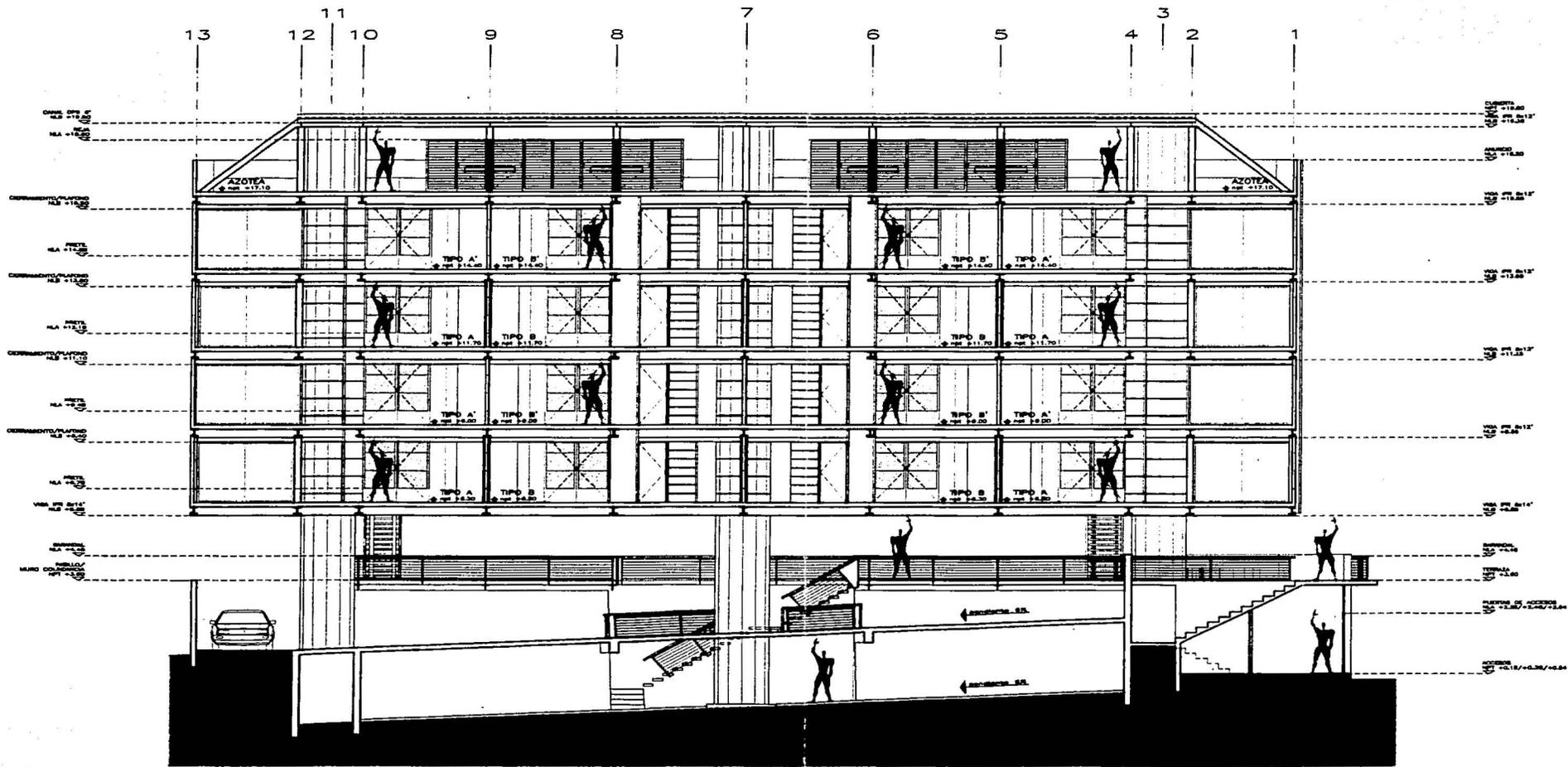
MODULO - CORTE G-G  
 ESCALA 1:125

SIMBOLOGIA

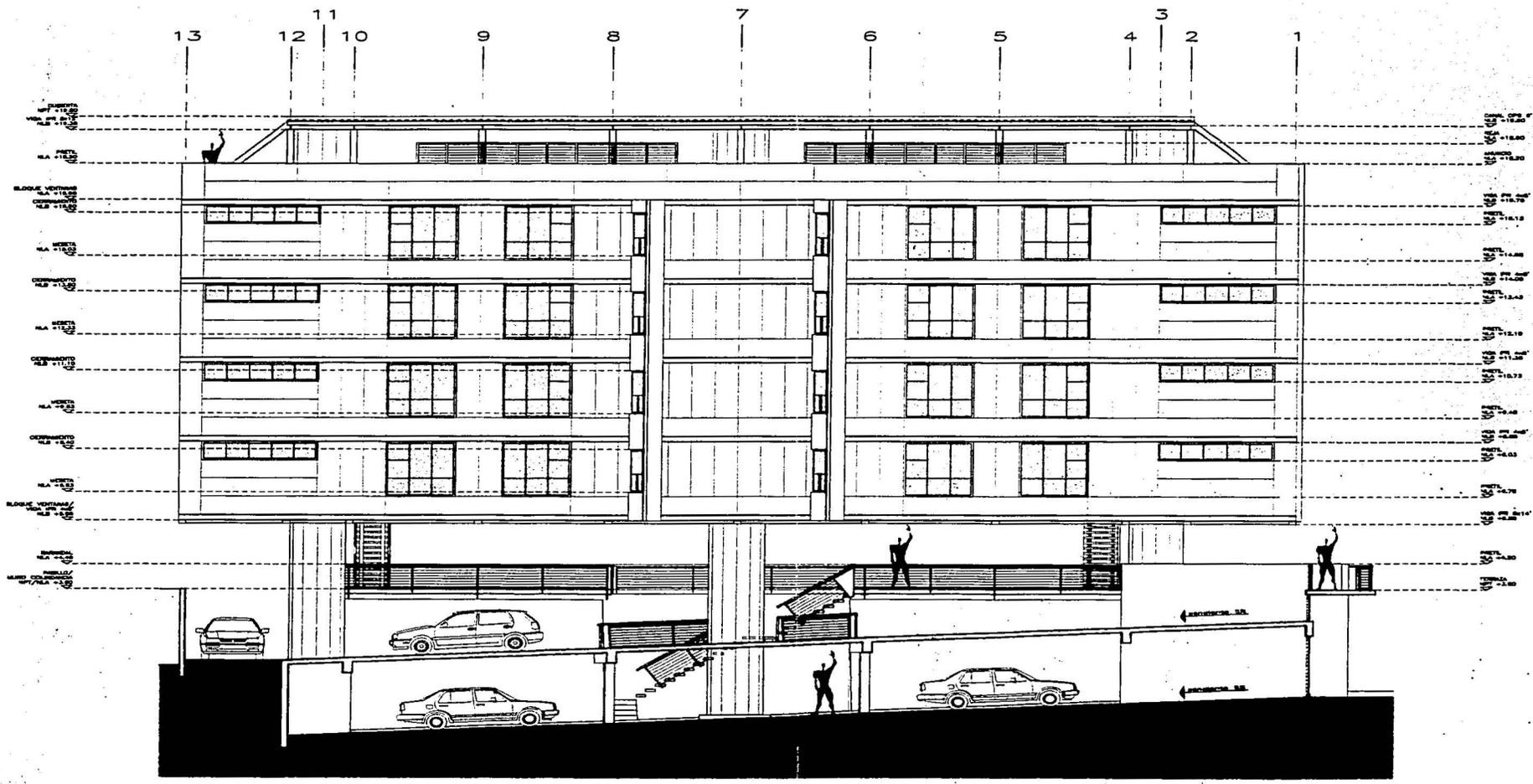
TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

A-24





SIMBOLOGIA



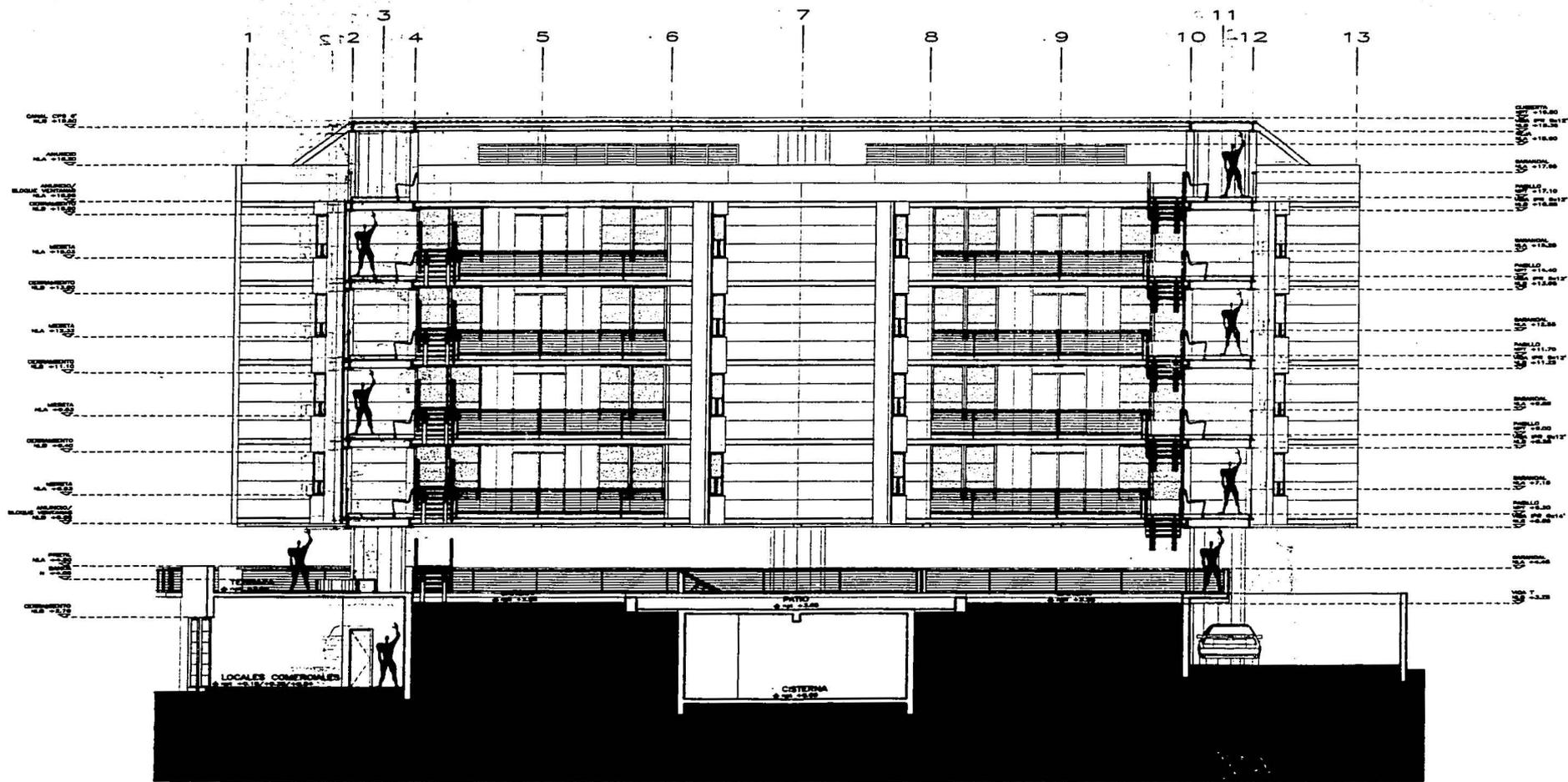
SIMBOLOGIA

MODULO - FACHADA EXTERIOR  
 ESCALA 1:125

A-28







MODULO - FACHADA INTERIOR  
 ESCALA 1:125



SIMBOLOGIA