



IMAGEN URBANA Y APROPIACIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS:

Una Aproximación a la interpretación de lo espacial y del comportamiento desde la comunicación



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

IMAGEN URBANA Y APROPIACIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS: Una aproximación a la interpretación de lo espacial y del comportamiento desde la comunicación

Tesis que para obtener el grado de Maestro en Urbanismo presenta:

Yvette Monique Olvera Clauzier

Tutor: Mtro. Héctor García Olvera

Director de tesis:

Mtro. Héctor García Olvera

Sinodales:

Dr. Adrián Baltierra Magaña

Mtro Miguel Hierro Gómez

Dr. José Angel Campos Salgado

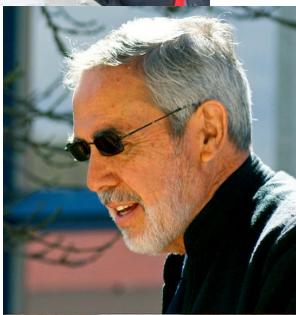
Arq. Alejandro Suárez Pareyón

Programa de Maestría y Doctorado en Urbanismo

Junio 2011



Agradecimientos



A mis padres por su cariño y enseñanzas.

A mis hermanas por su apoyo.

A todos ustedes amigos que han sido, son, y espero seguirán siendo parte de mi vida!

Su amistad, cariño y apoyo han sido invaluableles!

Porque sin ustedes yo no habría llegado hasta aquí...
Mil gracias!





Índice

IMAGEN URBANA Y APROPIACIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS:

Una aproximación a la interpretación de lo espacial y del comportamiento desde la comunicación

Resumen	p.6
Introducción	p.8
Cap. I Imagen Urbana y Espacio Público bajo el enfoque de la Comunicación.	p.16
I.1 El lenguaje urbano: un sistema más de comunicación	p.18
I.2 La Imagen como herramienta de representación y como lenguaje	p.30
I.3 La dualidad Público / Privado y sus implicaciones en la ciudad	p.50
Cap. II Usos y percepciones del Espacio: la interpretación del entorno urbano	p.64
II.1 La complejidad de lo urbano, de sus usos y de su percepción	p.66
II.2 Sociedad y cultura como determinantes de la percepción	p.80
II.3 Los usuarios y la complejidad social: usos y funciones de los Espacios Públicos	p.92
Cap. III El comportamiento espacial	p.102
III.1 La relación Espacio / Imagen / Comportamiento	p.104
III.2 Tipos de comportamiento: La Identidad y La Apropiación	p.116
III.3 Las condiciones de Habitabilidad de la ciudad	p.126
Epílogo	p.140
Bibliografía	p.148





Resumen

La ciudad se presenta ante nuestros ojos de muchas y muy diversas formas. Cada espacialidad, más allá de sus características físicas, tiene un observador, un usuario y un contexto determinados que dependen de miles de variables. Estos parámetros permiten entender la manera en cómo el ciudadano usuario habitador se identifica y se apropia de estos espacios.

Así, la relación entre Espacio/Imagen/Apropiación es el tema principal de esta tesis que, bajo el ámbito y la visión de la disciplina de la Comunicación, intenta presentar lo más claramente posible la importancia de comprender que la imagen urbana pertenece al ámbito de los lenguajes, y que es a través de él que lograremos comprender y transformar las ciudades.

The city appears before our eyes in many and varied forms. Each space, beyond its physical characteristics, has an established observer, a user and a context, each one dependent on thousands of variables. These parameters allow to understand the way how citizen, user and inhabitant is identified with those spaces and appropriate them.

Thus, the relationship between Space/Image/Appropriation is the main theme of this thesis that, within the scope and vision of the communication discipline, attempts to present as clear as possible the importance of understanding that urban image falls in the languages field, and it is through it that we will understand and transform cities.





Introducción

El Espacio Público Urbano, su Imagen, el comportamiento ciudadano, su relación y el todo bajo un enfoque de la comunicación; esos son los puntos que trataré de abordar en esta tesis.

Después de investigar y leer a cerca del tema, logré comprender que esta tesis no era (y no podía ser) una tesis que intentara explicar los fenómenos de la Imagen Urbana y la Apropiación de los Espacios Públicos, en su totalidad; o al menos no tratando de dar una explicación tajante y única. La manera de abordar estos temas puede ser tan variada y diversa como los puntos de vista y posturas de las disciplinas que los abordan, por ejemplo desde la disciplina de lo estético o del arte, desde lo meramente técnico y práctico, desde lo filosófico en fin... El simple hecho de querer dar una definición a estos términos ya es entrar en una complicación puesto que existen diversos significados de estas

palabras según la disciplina y el contexto en el que se usen.

La idea principal de esta Tesis es entonces tratar de dar algo de luz a estos temas, y al significado de estas palabras al vincularlos con ciertas disciplinas que a mi parecer son imposibles de eludir si queremos entender desde el punto de vista urbano/arquitectónico/comunicativo/social y cultural lo que la relación de estos fenómenos conlleva.

Existe una gran cantidad de bibliografía al respecto de estos temas, desde los años setenta y a la fecha, la cual estaré citando y estuve consultando; esto es muestra de que son temas actuales que se están tratando desde hace ya varias décadas tanto en Estados Unidos, como en Europa e inclusive algunos casos en América Latina. Por lo tanto no se trata aquí de descubrir el hilo negro, se ha hecho tanto ya en estas materias y he podido consultar a diversos autores al



respecto con distintos puntos de vista, pero considero que estos temas aún pueden dar mucho por trabajar, descubrir y sobre todo por comprender.

Si hay algo que puedo decir ahora con toda certeza es que son fenómenos complejos que tienen muchas implicaciones de diversas índoles y en diversas disciplinas y que debemos ante todo intentar entenderlos para lograr después tener acciones certeras sobre las ciudades que habitamos. Me parece entonces, después de estos dos escasos años de estudio en la materia, que puedo aportar algo, otro punto de vista, otro enfoque, sobre –no tanto el fenómeno en sí- sino como diría mi muy estimado tutor: sobre “el entendimiento del entendimiento de estos fenómenos”.

Me parece importante aclarar en primer lugar que ha sido complicado para mí saber como abordar este tan amplio tema. Las posibilidades que implican

estos fenómenos y puntos de vista se fueron multiplicado conforme me topaba con alguna nueva lectura y siempre aparecía algo nuevo igual de interesante que se podría abordar. La cuestión de “acotar” el tema fue una de las partes más difíciles y complicadas, sobre todo tomando en cuenta que esta no es una tesis práctica arquitectónica-urbana, con un caso de estudio específico sobre el cual quiero actuar, como a las que pueden estar acostumbrados en esta facultad, ni tampoco pretendo que sea una tesis filosófica y teórica puesto que no me considero en ningún caso filósofa. De allí la dificultad en poder aportar algo que fuera útil para estos estudios y esta facultad sin caer en una simple redundancia de los textos leídos y analizados.

Mi formación de carrera en Ciencias de la Comunicación me hacen tomar siempre

como punto de partida la cuestión del lenguaje. Creo importante el partir de las mismas bases para lograr entendernos, y el lenguaje permite cimentar bases comunes que no den lugar a equívocos y/o a malas interpretaciones siempre y cuando se establezca de manera clara el tema y conceptos de los que se está hablando. Pero esta tarea es ardua y nuevamente no he querido ser dogmática. El lenguaje es ante todo algo vivo, un fenómeno en constante transformación, un reflejo de las sociedades en las que vivimos, de las mentalidades de los individuos y del momento histórico en el que estamos inmersos; y por lo tanto no se ha tratado aquí de imponer una visión o definición sino de explicar por qué tal u cual concepto puede ser mejor o más favorable para el entendimiento de estos fenómenos.

En países como el nuestro en el que el

crecimiento de las ciudades es totalmente desmesurado y sin posibilidad de planeación y control, la mancha urbana se agranda tragando todo a su paso. Las ciudades parecen caer entonces en un caos del cual podemos pensar que sobreviven milagrosamente. Los servicios públicos no sólo son insuficientes e ineficientes sino en la mayoría de los casos totalmente inexistentes. Los habitantes se instalan en total ilegalidad y las condiciones de vida de la población son insalubres y muy poco amistosas con el medio ambiente. La imagen urbana de estos lugares refleja la gran cantidad de problemas de todo tipo a los que se enfrentan. Son los habitantes mismos, a través de sus acciones, su vida diaria, sus traslados y actividades que le dan vida y orden a este lugar enmarañado cuya imagen sólo refleja pobreza y desorden. ¿Qué pensar entonces de ciudades consideradas “bellas” como Paris o

Londres? ¿Acaso no tienen también pobreza y desorden? ¿Al hablar de Imagen Urbana estamos únicamente hablando de una cuestión meramente estética?

Lograr que la ciudad sea un lugar digno para vivir y que lo refleje en su imagen es una tarea difícil de lograr bajo las condiciones actuales tanto políticas, económicas, educativas y sociales. Por la simple palabra “imagen”, se piensa que la cuestión de Imagen Urbana es una cuestión meramente estética, algo que permite un deleite visual pero que no tiene utilidad o función en la ciudad. Sin embargo la Imagen Urbana es aquella que nos permita leer la ciudad para, a su vez, hacerla comprensible y aprehensible.

Una imagen caótica, ilegible, de suciedad y deterioro de calles, banquetas, mobiliario, fachadas entre otras tantas cosas, revela y atrae muchos problemas. Se entra entonces en un círculo vicioso en el que la imagen no permite que la población

se sienta a gusto y se identifique con su ciudad, al mismo tiempo que provoca que la misma población descuide y siga “fomentando” la no cultura ciudadana al ser negligentes y hasta intencionalmente sucios y decadentes con el espacio en el que habitan.

Una Imagen Urbana limpia y agradable es parte de la muestra del cariño e integración que la población tiene con su ciudad y espacialidades. Y tiende a crear círculos virtuosos en los que la población se siente feliz y orgullosa de su entorno y promueve su mantenimiento y continuo mejoramiento.

Es esta cuestión de la Apropiación de los espacios que permite comprender el nivel de vínculo e identidad que una población tiene con su entorno y su ciudad. Existe un diálogo implícito y explícito entre las espacialidades y los habitantes. Podemos definir el tipo de espacio y su uso observando este diálogo

(o la falta de él) y el grado de apropiación de sus habitantes. No son diálogos sencillos y únicos para toda una ciudad, muy por el contrario, cada espacialidad, tiene su sello. En la ciudad convergen una cantidad infinita de pensamientos y sentimientos de cada individuo y todo ello es lo que permite “hacer ciudad”. Cada forma de comunicación y de expresión no solamente es válida sino que provoca cambios, problemas y soluciones en cada rincón de la ciudad.

El urbanista, como un experto en la materia debe poder ser sensible a estos lenguajes y estar abierto a toda clase de manifestaciones. Debe saber observar, analizar y aprender estas formas de comunicación y expresión para comprender a los pobladores y sus necesidades y fomentar entonces un proceso urbano que conduzca a una solución particular dentro de una globalidad, manteniendo una identidad

tanto local como de la ciudad en su conjunto. Sin embargo sería igualmente importante que la totalidad de la población pudiera comprender este lenguaje puesto que la ciudad está hecha también y sobre todo por la colectividad. La falta de comprensión de estos fenómenos por parte de todos los actores, (tantos autoridades como la población en su conjunto), la negligencia notoria en cuestión legislativa en cuanto a la Imagen Urbana y sus consecuencias, la falta de preparación académica de los urbanistas y arquitectos entre otras cosas más, han mantenido una muy deficiente Imagen Urbana y a su vez una insuficiente y mala planeación y aportación de soluciones a los problemas urbanos. La población continúa sobreviviendo, en malas condiciones de vida y con un gran descontento hacia las autoridades puesto que se piensa que son únicamente ellas las que pueden y deben solucionar los

problemas de la urbe. No existen (al menos en México) mecanismos que permitan a la ciudadanía apropiarse de una manera correcta de sus espacios.

La ciudad es el reflejo de la sociedad que la habita, puede ser una imagen distorsionada, pero al fin y al cabo refleja y dice mucho de sus habitantes; a través de la interpretación se pueden conocer algunos rasgos, datos con respecto a valores, interpretaciones y deseos de los habitantes, y de su cultura. La Imagen Urbana es la que permite (aprendiendo a interpretarla) conocer la cultura, la educación, las prioridades, los valores, las metas y expectativas de los habitantes al igual que las políticas y el nivel de participación de los individuos en las tomas de decisiones. El grado de Apropiación (apropiación positiva al existir una identificación y un vínculo fuerte entre los individuos y sus espacialidades; y una apropiación negativa cuando existe

acaparamiento, adjudicación y hasta usurpación de los espacios públicos) y por ende el buen o mal estado de los espacios es resultado de la acción de todos estos autores. Existe una acción recíproca entre la Imagen Urbana y el nivel de Apropiación de los Espacios Públicos, ya sea positiva como negativamente. Para la población en general no existe un nivel de conciencia de estar “haciendo ciudad” sin embargo es imperativo que tanto las autoridades (a través de leyes más claras y que fomenten el mejoramiento de la Imagen Urbana) como los académicos (arquitectos, urbanistas entre otros) promuevan y ayuden a comprender estos fenómenos para facilitar y mejorar la ciudad en beneficio de todos. La calidad de vida influye y a su vez depende del estado de la Imagen Urbana.

Saber leer la ciudad implica partir de las mismas bases en el lenguaje para que

todos los actores puedan comprenderse y actuar bajo parámetros comprensibles para todos, por eso se propone hacer una revisión de los términos y sus usos.

De esta forma, me parece fundamental que desde el ámbito de la disciplina de la comunicación se trate de aclarar y presentar la ciudad de una manera distinta; algo que no suele hacerse desde el ámbito de lo arquitectónico puesto que esta disciplina se enfoca en otro tipo de cuestiones. La idea es entonces aportar una visión diferente que puede y debe ser complementaria a las otras disciplinas sobre todo la de la arquitectura y del urbanismo puestos con son ellas las que más permiten una contribución y acciones en la ciudad.

Se intentará explicar con ejemplos e imágenes lo que es la Apropiación para después analizar y establecer el nivel de reciprocidad e influencia mutua que existe entre la Imagen Urbana y la Apropiación

de los Espacios Públicos.

Por lo mismo en una primera parte partiré de las definiciones de los términos que aquí nos atañen. Desde definiciones de diccionario para cada uno de los términos hasta una explicación de los usos en diversas disciplinas. Para en un segundo capítulo explicar la importancia de los usos y de la percepción de los espacios públicos urbanos y finalmente hablar, en el tercer capítulo de la relación existente entre Espacio, Imagen y Comportamiento. No se pretenden hacer conclusiones sino más bien se presenta un pequeño apéndice en el cual se intenta mostrar la aplicación de todo aquello expuesto en la tesis.



capítulo 1

Imagen urbana y espacio
público bajo el enfoque de
la comunicación





El fenómeno de la Ciudad ha sido observado y estudiado desde muy diversos puntos de vista, sin embargo desde el ámbito y nivel en el que se encuentra esta investigación, lo que aquí se propone es la inclusión de la disciplina de la Comunicación, dado que hasta el momento he encontrado muy poca documentación al respecto en la que el tema haya sido abordado desde este punto de vista.

¿Pero porque ha de ser relevante indagar y revisar el posible existente vínculo entre la comunicación y la ciudad? ¿Cómo hacerlo? Y mejor aún ¿Qué nos aportaría

esa visión que no nos ha aportado cualquier otra para el entendimiento de la Ciudad, la Imagen y la apropiación de los Espacios Públicos?

Para lograr tal enfoque tendríamos que pensar que la Ciudad puede y/o debe también y sobre todo, ser observable como un sistema; un sistema de comunicación. Este sistema tendría muchas unidades, órganos, reglas y códigos relacionados entre sí; y el verlos desde la comunicación ayudaría a determinar y sobre todo a echar un poco de luz en los tantos y tan diversos fenómenos que en él acontecen. ¿Podemos pensar que dentro de este sistema que es la Ciudad, la Imagen Urbana conforma un elemento más? Y ¿qué importancia tiene tal elemento con respecto al conjunto? ¿Es posible comprender los fenómenos de la apropiación de los Espacios Públicos a través de la comunicación?

Para lograr responder a estas preguntas debemos primero comprender ¿qué es, o qué entendemos por comunicación humana? ¿Cuáles son sus componentes? y si ¿uno de ellos es la imagen?

Este tipo de preguntas podrían, y de hecho nos sumergen, en cuestiones históricas, lingüísticas y filosóficas complicadas y que merecerían por sí solas una tesis completa para su adecuada elucidación. Pero tales aclaraciones no son el propósito de esta tesis. Sin embargo es imposible negar que no sea un tema importante y crucial para poder comprender el resto de lo que aquí se propone estudiar. Por ello abordaré en una primera parte la cuestión de la comunicación humana y del lenguaje para poder partir de términos,

¿Es posible comprender los fenómenos de la apropiación de los Espacios Públicos a través de la comunicación?

y sobre todo de conceptos comunes afín de evitar confusiones después en el uso de las palabras.

Existen muchas y diversas teorías de la comunicación y de lo que es el lenguaje. No debatiré estas teorías sino más bien pienso adoptar las que me parecen más afines con esta tesis, y sobre todo con el tipo de pensamiento occidental que caracteriza y es común a nuestra sociedad.

En la vida del ser humano, la comunicación es la base para todo. El ser humano es

un ser meramente social y comunitario, vive y pervive únicamente gracias a que lo hace en grupo o comunidad y para ello la comunicación es primordial.

La palabra comunicación proviene del latín “comunis” que significa “común”. De

allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos “en común” con otros. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido.

Un código es un conjunto de símbolos y signos que deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. Si por ejemplo, no conozco los símbolos y signos del idioma Chino, no podré entender nunca lo que dicen y no podremos decir que hay comunicación entre ellos y yo. Gracias a que se comparte un código es que los mensajes pueden ser transmitidos de persona a persona; puestos en común para un entendimiento.

De igual forma si consideramos que si la espacialidad de la urbe se manifiesta en un lenguaje, tendremos que conocer y saber reconocer los códigos de su lenguaje para saber interpretarla, y

entonces poder comprender todo aquello que nos transmite.

Para muchos teóricos, el lenguaje es aquello que nos distingue de los animales. Es cierto que se ha determinado que los animales tienen también un lenguaje propio, sin embargo el lenguaje humano tiene ciertas características que lo hacen ser más evolucionado y racional como son que:

- Es reflexivo, es decir que puede referirse a sí mismo, podemos así teorizar y permitir una evolución del lenguaje mismo de forma consciente puesto que a través de él nos podemos referir a él mismo.
- Es un lenguaje que nombra y designa las cosas.
- Puede generalizar y abstraer las cosas de la realidad, y así, se pueden crear conceptos.
- Finalmente que es articulado es decir

que ya pasó el estado de gemidos primitivos y tiene sonidos característicos y específicos que pueden determinarse, aislarse y combinarse de manera lógica para formar un idioma.

Dentro de las diversas teorías de la comunicación y del lenguaje, una de ellas consiste en considerar la palabra como marco, e inclusive como condición de nuestra realidad y nuestro pensamiento (aunque veremos más adelante que la comunicación implica algo mucho más amplio que simplemente el lenguaje hablado o escrito).

El lenguaje y el conocimiento son inseparables [...] sentido y verdad en última instancia deben coincidir. [...] los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo. Esto no significa necesariamente la negación dogmática de algo que esté más allá de lo que podemos expresar, pero sí quiere decir –y por cierto debe decirlo–

que sólo pueden suscitarse con sentido las cuestiones relativas a la verdad y falsedad acerca de lo que puede expresarse.¹

Así, el lenguaje verbal queda como condición del conocimiento de nuestro mundo y nuestra realidad. Es verdad que puede existir algo fuera de mi mundo, algo que yo no conozco y que por lo mismo no tengo una palabra para nombrarlo, por ende en mi mundo ese objeto no existe, no es real. Sólo al poder designarlo, nombrarlo es que puedo incluirlo en mi mundo, conocerlo y/o aprender de él. El verbalizar los hechos y objetos de nuestro mundo los hacen reales y presentes. Podemos nombrarlos y entonces nos podemos apropiar de ellos.

Pero la palabra no sólo es el marco de mi mundo y de mi realidad sino que no

¹ Wilbur M. Urban, Lenguaje y realidad, 1939, p.605; citado por Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p34

puedo siquiera pensar algo fuera de ella. Es a través de la palabra que expreso mis pensamientos, ideas y sentimientos. Todo lo que soy, lo que ocurre y me ocurre puede ser y existe sólo a través de la palabra. Vemos, oímos y actuamos de acuerdo a nuestros parámetros lingüísticos. El lenguaje condiciona en gran medida todo nuestro pensamiento. Lo que hago, he hecho y haré es expresado y pensado a través de palabras, de manera consciente cuando lo expreso a otros, y de manera inconsciente para uno mismo al hacer las cosas.

Así, la palabra no sólo es un medio para poder expresarme sino que es también y sobre todo la sustancia misma del pensamiento y la realidad. Es un poco como aquello del huevo y la gallina... ¿qué

fue primero el pensamiento o la palabra?

Esto significa, entre otras cosas, que nada puede existir si no es comunicado. No en el sentido de que algo sea real o no; sino más bien en el sentido de que al no ser expresado nadie lo conoce o lo reconoce y por lo mismo, no tiene cabida o existencia en nuestro mundo.

*nada puede existir si no es
comunicado*

Existe un antiguo proverbio chino que dice que ¿si cae un árbol y nadie lo

escucha realmente sucedió?

Las respuestas pueden ser muchas y muy controversiales, me parece que para este contexto podemos decir que lo importante sería diferenciar lo siguiente:

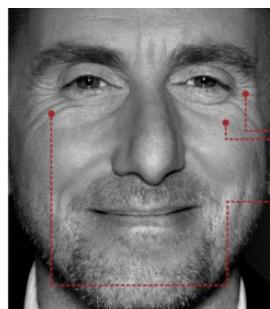
Si cae un árbol, haya o no haya alguien que lo escuche, se propagarán las ondas en el aire en forma de sonido, y se va a perturbar el ambiente de la misma forma

haya o no un receptor. Pero si no hay ninguna persona que lo escuche y defina o certifique como tal, entonces para nosotros no habrá sucedido; no habría un ser que avalara la existencia de aquel árbol que cayó. El sujeto, ser humano, es el que está conciente del “existir”, o “percibir” la realidad que lo rodea.

Podemos decir entonces que las cosas existen sólo porque las pensamos y al pensarlas las expresamos y comunicamos a través de palabras, y por eso la realidad ES, al menos para nosotros en nuestra percepción finita y limitada del mundo. Sin embargo no por eso debemos pensar que la palabra es un simple instrumento o medio para el pensamiento, conocimiento o comunicación.

Generalmente, cuando hablamos de códigos, tendemos a pensar únicamente en el lenguaje verbal. Sin embargo éstos, suponen y engloban algo bastante más amplio. Algo tan amplio que podríamos meter a la Ciudad como un tipo de lenguaje con sus propios códigos, símbolos y signos que a su vez pueden ser (y de hecho veremos que son) parte de otro tipo de lenguaje.

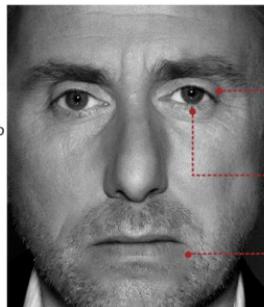
Además de los códigos verbales (orales y escritos), existen otros como los gestos, los movimientos de la cara y el cuerpo, los dados por la forma y el color (por ejemplo las señales de tránsito) o la música (en donde hay reglas que marcan una estructura) y finalmente las Imágenes de todo tipo. Naturalmente, todos los



Felicidad

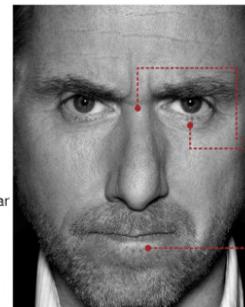
Una sonrisa real siempre incluye:

- ① Arrugas en las patas de gallo
- ② Mejillas elevadas
- ③ Actividad en el músculo que rodea el ojo



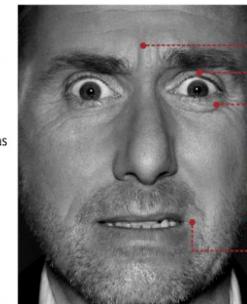
Tristeza

- ① Párpado superior bajo
- ② Pérdida de enfoque ocular
- ③ Ambas esquinas de los labios ligeramente inclinadas hacia abajo.



Ira

- ① Cejas bajas y juntas
- ② Ojos brillantes
- ③ Labios apretados



Miedo

- ① Cejas bajas y juntas
- ② Párpado superior elevado
- ③ Párpado inferior tenso
- ④ Labios ligeramente estirados

códigos no verbales, al igual que el lenguaje, varían en su significado y forma, de acuerdo a las diferentes culturas.

Fernando Zamora explica en su libro “Filosofía de la Imagen”, que según Adam Schaff la idea de la creación musical o pictórica no puede ser “asemántica” es decir disociada de la palabra.

Ni el compositor musical ni el artista plástico producen sus obras imaginando sonidos y formas independientemente de su explicación lingüística y de la enunciación de su significado en términos verbales.²

Podríamos aplicar este pensamiento a todo tipo de producción (por ejemplo la producción arquitectónica y urbana) es decir que lo que nos transmite un edificio, o ya en otra escala, una ciudad,

² Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p75

es percibido por nuestros sentidos pero al final es “procesado” por nuestro cerebro en términos lingüísticos para ser interpretado y comprendido. Este fenómeno lo veremos más a detalle en el siguiente capítulo en el que se explicará el proceso de percepción.

Sin embargo Zamora también explica la postura opuesta enunciando lo siguiente refiriéndose al Minueto en sol Mayor de Johann Sebastián Bach:

Si escuchamos completa esta pequeña obra maestra, podremos darnos cuenta de que hay un “diálogo”, de que hay algo como “afirmaciones”, “respuestas”, “contrarespuestas”, “réplicas”, etc. Pero ninguna de estas requiere de la verbalización para ser entendida, comprendida, interpretada y disfrutada. De hecho, cuando interpretamos esta sencilla pieza sentimos y disfrutamos todos esos ecos internos. Mas no hace falta “traducir” a palabras lo que la obra

dice a su manera, o mejor dicho, lo que muestra o presenta.³

De igual forma entonces, para la creación arquitectónica y urbana podemos adoptar esta postura considerando que no se necesita una verbalización para comprender, interpretar, disfrutar y en este caso preciso habitar y/o identificar y apropiarse de un espacio, de una espacialidad, de un edificio, casa, calle etc... Este lenguaje, el lenguaje arquitectónico y urbano tienen o tendrían su propia manera de expresar a través de las formas, las texturas, los contrastes, los objetos en sí y no a través de la palabra.

Zamora explica también que:

Hablamos con palabras, sí, pero **nos entendemos a base de campos de palabras**. El valor de una palabra se

³ Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p76 (negritas de Yvette Olvera)

reconoce respecto al valor de otras palabras afines u opuestas: siempre es parte de un conjunto y sólo dentro de ese conjunto tiene significado. [...] **La significación no es un acto de etiquetación, sino el resultado de un complejo proceso selectivo y combinatorio.**

La lengua es un sistema en donde cada elemento tiene un valor en relación con todos los demás tanto en su forma como en su significado esto implica que **el significado de un término no es únicamente el objeto al que se refiere sino el conjunto de significados que tienen todos los términos fuera de él**. La lengua en un sistema de valores, no un catálogo de palabras con sus significados.⁴

Esta explicación es sumamente importante para comprender como podemos aplicar esto a la ciudad y verla también como un sistema de comunicación. Un sistema “en donde cada elemento tiene un valor en relación

⁴ Idem, p77, p33

con todos los demás tanto en su forma como en su significado” y en el que “el significado de un término no es únicamente el objeto al que se refiere sino el conjunto de significados que tienen todos los términos (o elementos) fuera de él”.

Por eso es importante ver esto como un sistema, algo en el que todo está relacionado y un elemento tiene efecto y consecuencias en otro. En el caso de la ciudad no sólo hablamos de elementos físicos como edificios, calles, semáforos y espacios públicos entre miles de otros más, sino también elementos culturales, históricos, políticos, económicos entre tantos otros que también afectan de

manera directa e indirecta la forma en como percibimos e interpretamos la ciudad. Lo que llamamos el “background” cultural de las personas o de la sociedad en su conjunto, es un elemento fundamental del código del lenguaje urbano, sin él existen miles de signos y señales imposibles de interpretar.

Un sistema “en donde cada elemento tiene un valor en relación con todos los demás tanto en su forma como en su significado”

El entendimiento juega aquí un papel importante ya que asimila los distintos conocimientos que vamos adquiriendo con el tiempo, convirtiéndolos en conceptos. Por lo que podemos decir, que la lengua no representa a los objetos en sí sino al concepto que nos formamos sobre los objetos.

El lenguaje es entonces una herramienta del entendimiento para formar ideas y conceptos. Con todo esto, podemos afirmar que el lenguaje verbal es sólo un lenguaje más. La tendencia a identificarlo con la comunicación en su totalidad es consecuencia de que éste sea el medio más claro y común, y por ende más apto para la transmisión correcta, clara y precisa de ideas.

Sin embargo el lenguaje verbal tiene también limitaciones. Es incapaz de expresar un sollozo, un gemido, un grito. Otro ejemplo es el dolor: es muy difícil lograr describir con palabras los distintos tipos de dolor, desde dolores físicos como un dolor de cabeza, un dolor de muelas, un dolor de estómago, cada uno es distinto y las palabras no parecen ser adecuadas para expresarlos al igual que un dolor mental o emocional como la pérdida

de alguien cercano, o el sentimiento de impotencia o bien de fracaso. Así las palabras parecen insuficientes para describir o expresar el amor, el enojo, la ira, el dolor. Las sensaciones, emociones y sentimientos parecen ser mucho mejor expresados por lenguajes no verbales como la expresión corporal o gestos, la música, la pintura y las imágenes; de allí la expresión coloquial: “Una imagen vale



más que mil palabras!”

Mientras que las cuestiones racionales, lógicas, suelen expresarse mejor con el lenguaje verbal.

Es verdad que a esto habría que precisar el hecho que los lenguajes no verbales son mucho menos precisos y su interpretación puede ser muy variable según los individuos y las culturas.

Una cara, un gesto, una imagen o para este caso preciso, una espacialidad, pueden ser interpretados de modo distinto por cada individuo, todo depende de qué tan claro es el código del lenguaje utilizado dentro del contexto, las vivencias y la cultura de cada individuo.

Si consideramos el concepto de comunicación desde un sentido amplio, nos referiremos a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico nos referiremos a

seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones interiores, de dar a conocer circunstancias u animar a otras criaturas a un comportamiento específico; todo esto a través de un sistema de códigos que son parte de una **convención social** para que todos los integrantes puedan comprender e interpretarlos de la misma manera.

Si intentamos transpolar esto a la ciudad,

[...] un sistema de códigos que son parte de una convención social

al lenguaje urbano y arquitectónico, nos enfrentamos al problema que no son dos seres que se comunican entre sí con un código común, sino que se trata de un

objeto, fabricado por el hombre, con un propósito específico y para comunicar a través de él algo a los demás seres humanos; sin embargo más allá de esa primera intención de los creadores de este objeto, el objeto después comunica a su entorno. Existe una relación del objeto más allá de la que se pudo pensar por sus creadores. Así el objeto comunica un orden que ayuda a regular nuestra estancia entre y con las cosas.

[]

Pero entonces ¿La arquitectura y las imágenes comunican? ¿Son parte de un código y por consecuencia de un lenguaje? ¿Qué es una imagen y cómo podemos interpretarla? ¿Es la Imagen Urbana como un sistema de comunicación con signos que comunican algo, que pueden leerse, interpretarse y entonces incitan, promueven y condicionan a acciones específicas de apropiación de los espacios?

Teniendo como punto de partida algunas definiciones y nuestras referencias personales a lo que entendemos por Imagen, nos adentraremos un poco, con

la ayuda de varios autores, a entender de donde surge la imagen y todo aquello que engloba. Esto, para tratar de comprender ¿de qué hablamos cuando pronunciamos la palabra imagen? y ¿qué de ello es lo que nos puede ayudar para comprender la relación que existe entre: la Imagen (y en este caso más específicamente la Imagen Urbana) y la forma de apropiación de los Espacios Públicos? y ¿Cómo es que existe una relación entre estas dos cosas? y ¿bajo qué condiciones se da esta relación?

Retomando la idea de que “Una imagen vale más que mil palabras”, y de que “las imágenes son parte de otro tipo de lenguaje”, debemos asumir, según lo dicho anteriormente, que las imágenes tienen códigos específicos de interpretación, a la par de que son parte de un sistema de comunicación particular que podríamos llamar simplemente **“la comunicación**

visual”.

Para comprender este sistema de comunicación debemos entender por lo pronto el origen y significado de la palabra “Imagen” para saber exactamente a qué es a lo que se refiere.

Según el Diccionario de la Real Academia Española Imagen es:

imagen. ⁵

(Del lat. *imāgo*, -*ñis*).

1. f. Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.
2. f. Estatua, efigie o pintura de una divinidad o de un personaje sagrado.
3. f. Ópt. Reproducción de la figura de un objeto por la combinación de los rayos de luz que proceden de él.
4. f. Ret. Representación viva y eficaz de una intuición o visión poética por medio

⁵ Diccionario de la Real Academia Española en Línea - Vigésima segunda edición

del lenguaje.

Consideremos que somos seres prevalentemente visuales; inclusive nuestra educación (al menos en occidente) está enfocada casi exclusivamente en lo visual. Todo está hecho para verse y rara vez para probarse, olerse, tocarse o escucharse. Todos los medios masivos están centrados casi exclusivamente en lo visual. Nuestras vidas giran cada vez más en torno a lo que vemos. De allí el dicho de “¡Hasta no ver no creer!”, nuestro mundo y nuestra realidad dependen de lo que vemos.

No se ignoran los otros sentidos, pero tampoco se exaltan. Hoy estamos en una “sociedad de la imagen visual”, nuestra vida en la ciudad ha creado un círculo vicioso de ello. Hemos “olvidado” casi por completo el desarrollo de los demás sentidos casi hasta ignorar y olvidar nuestros propios instintos. En la ciudad y en nuestras vidas en general,

sólo desarrollamos o fomentamos lo visual y lo visual hace que ignoremos o consideremos de menor importancia los demás sentidos; de allí el círculo vicioso.

La sociedad actual se basa cada vez más en este tipo imagen y así fomenta una percepción inmediata y simultánea del mundo. Todo en la ciudad y en nuestra vida en general, está hecho para nuestra

La sociedad actual se basa cada vez más en este tipo imagen y así fomenta una percepción inmediata y simultánea del mundo.

vista. Inclusive la radio dejó de ser un medio predominante ante la llegada de la televisión y el cine. El mundo digital ha hecho de todos nosotros unos fotógrafos

empedernidos disparando a diestra y siniestra para “capturar el momento” y acumular cantidad de imágenes de todo y todos, olvidando que ese mismo momento, esa cosa o persona que estamos “capturando” en una imagen se encuentra al alcance de todos nuestros sentidos, y en nuestra memoria bajo la forma de una imagen no sensible, no palpable.

Con los cambios culturales producto del Renacimiento, el pensamiento occidental se fue centrando en la visualidad y en el ojo (científico, filosófico, moral) como herramienta central del conocimiento y de la transformación del mundo. La razón pasó a ser una razón visualizante; la verdad pasó a ser algo verificable mediante conceptos relacionados con la vista. Ahora se trataba, pues, de una visión racional, no de una visión de carácter místico. Además lo visible racional se desligó de lo táctil y lo sonoro, en suma, del conjunto de lo sensible. (...) La visión se convirtió en

“observación” (...) La observación científica se identificó con la vista y se separó del gustar, del oír y del tocar: en esa medida fue considerada como objetiva.⁶

Fernando Zamora subraya aquí como la vista dejó de ser “un sentido más” del ser humano, para volverse el más importante, el más trascendente para todos los aspectos de nuestras vidas. Los sentidos son para nosotros el reflejo de lo subjetivo, cada quien “siente” de manera distinta. Más adelante hablaremos de como percibimos a través de nuestros sentidos, sin embargo la vista ya no se relaciona con los “sentidos subjetivos” como el tacto, el olfato, el gusto y el oído; la vista se ha vuelto una manera de comprobación, de objetivación de los fenómenos que nos rodean; y más importante aún una vía para el conocimiento objetivo de las cosas. Ahora la vista se relaciona con la

⁶ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p135

razón, de allí que podamos afirmar que: si lo vimos, entonces no cabe duda al respecto! La vista es una comprobación de cualquier fenómeno. “Hasta no ver, no creer!”

Le “visuel” commence lorsque nous avons acquis assez de pouvoirs sur l’espace, le temps et les corps pour ne plus en redouter la transcendance.

(Lo “visual” empieza cuando adquirimos suficientes poderes sobre el espacio, el tiempo y los cuerpos como para ya no dudar de su trascendencia.)⁷

El ser humano a través del tiempo pasó por diversas etapas, y Régis Debray nos explica cómo, ahora, cuando el ser humano cree tener el control o al menos una explicación sobre los fenómenos y sobre cuestiones como el espacio, el tiempo y el funcionamiento de nuestros

⁷ Régis Debray, *Vie et mort de l’image*, Éditions Gallimard, 1992, p49 (Trad. Yvette Olvera)

cuerpos, es que ya no dudamos de la importancia y trascendencia que tiene “lo visual”. El ver algo, el observarlo, quita toda duda al respecto; lo hace real puesto que lo podemos “verificar” con el sentido de la vista.

La imagen sensible (visual) es entonces utilizada como una herramienta de conocimiento más veraz que la palabra misma (con la palabra se puede mentir, ¡¿con la imagen no?!).

Así, el ver es considerado como la mejor manera de conocer, y entonces según la sapiencia popular: las imágenes nos muestran las cosas “tal y como son”.

Por otro lado, el mayor poder del lenguaje visual está en su inmediatez, podemos ver al mismo tiempo el contenido y la forma; es una experiencia directa que llega al cerebro “sin ningún tipo de elaboración o interpretación previa”.⁸ ¿Será?

⁸ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p134

Aunque, irónicamente cabe destacar que, el sentido mismo de la vista se ha deteriorado. Podríamos pensar que la exaltación de lo visual hubiera podido lograr un “desarrollo agudo” de este sentido en los seres humanos, al grado de volvernos hábiles observadores al estilo Sherlock Holmes! Pero por el contrario, el constante bombardeo de imágenes a diestra y siniestra en todos los entornos y aspectos de nuestras vidas, ha hecho



que creemos un bloqueo en el cual en realidad no observamos, peor aún, ya ni siquiera vemos, simplemente pasamos por la vida como sonámbulos para evitar ver todo aquello que nos obligan a ver en paradas de autobuses o metro, en vallas, en bardas, en espectaculares, pegados en los autobuses que atraviesan la ciudad, en volantes repartidos en cada semáforo e inclusive en las paredes ciegas de tantos edificios a lo largo de la ciudad, en los que nos bombardean las fotos y slogans de miles y miles de comerciales.

Sin embargo esta cultura de la imagen ha tenido fuertes consecuencias en la manera en la que vivimos. Hoy en día, para creer en algo ya ni siquiera necesitamos estar frente la cosa misma,

frente al hecho o la persona, y haberlo visto “en persona y a todo color”; todo parece poder resumirse en una imagen bidimensional plasmada en un papel. En una representación del objeto.

(...) el poder de la imagen radica precisamente en que, no siendo más que una imagen, no siendo el objeto al que representa, puede estar en su lugar.⁹

Así, tal como lo hace la palabra, la imagen tiene la capacidad de representar lo ausente, lo invisible e inclusive lo irreal; de tal forma que ya no necesitamos tener a nuestros amigos o parientes cerca, podemos tener una imagen de ellos, una fotografía; lo mismo sucede con las

⁹ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p115



ciudades y los edificios, ya no necesitamos viajar para conocerlos, no necesito ir a París para saber a qué se parece o cómo es la Torre Eiffel, de qué está hecha, cuanto mide; ni a China para conocer su famosa Muralla, todo lo conozco y puedo certificar que existe porque lo he visto en fotografías, en reproducciones de la realidad.

A nivel arquitectónico y urbano, me parece que los arquitectos y urbanistas por querer abstraer la realidad para plasmarla en un papel, tienden a olvidar que los espacios son algo cambiante y vivo, que se transforman según sus habitantes. Se concentran en la construcción de edificios y ciudades, dibujando y proyectando haciendo a un lado el contexto, el ser humano y la sociedad. Es verdad que

la imagen tiene la capacidad de representar lo ausente, lo invisible e inclusive lo irreal

la acción de proyectar es una, y es inevitable en el quehacer arquitectónico; y el trabajo de investigación es otro; y que normalmente sin el segundo no se podría llegar a un buen resultado para el primero. Sin embargo, desde un punto de vista externo a la profesión y conforme la propia experiencia, me parece que muchas veces se considera más lo estético y se olvida el efecto que tendrá en el entorno y la sociedad.

Así, las imágenes visuales son objetos, están allí frente a nosotros, en alguna ubicación precisa, a una distancia calculable de nosotros, se pueden tocar, oler, sentir de distintas maneras, tienen un tamaño, están hechas de un material e inclusive son mercancías con un valor determinado que se pueden vender o intercambiar. Son objetos,

objetos que podemos tocar, rayar, cortar etc... imágenes sensibles-táctiles, pero existen otro tipo de imágenes por ejemplo: la voz puede ser una imagen sensible-sonora o bien existen las imágenes sensibles-olfativas.

Pero en realidad estas últimas ya implican otro tipo de imágenes, y otros procesos físicos y mentales, ya no hablamos entonces solamente de aquellas que llamaremos imágenes visuales físicas, es decir las que son objetos, aquellas que podemos ver y tocar, sino también las imágenes mentales. Pero entonces ¿Cuántos tipos de imágenes existen? ¿Cómo diferenciarlas?

Fernando Zamora explica:

Sin duda sería interesante contar con una tipología general bien fundamentada que nos permitiera comprender la

imagen sensible; pero no existe tal tipología. Las imágenes visuales pueden ser pinturas, esculturas, señales de tránsito, croquis, mapas, fotografías, banderas, proyecciones en las salas cinematográficas, impulsos electrónicos en una pantalla de televisión, pixeles en el monitor de una computadora, etc. La lista parece interminable, y tal vez lo sea, pues cualquier cosa, cualquier acción, cualquier ente humano o animal puede fungir como imagen. Los criterios clasificatorios pueden variar mucho: pueden basarse en la bidimensionalidad/tridimensionalidad, en la movilidad/inmovilidad, en lo electrónico/mecánico, en lo táctil/visual/oral... (...) Por ejemplo puede hablarse de imágenes impresas o electrónicas en el terreno del periodismo; de imágenes bidimensionales o tridimensionales en el diseño gráfico y en las artes; de imágenes táctiles, orales o visuales en la psicología.¹⁰

No existe ni es posible entonces hacer

¹⁰ Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p127-128

una lista o siquiera una tipología general de todas las imágenes. Es tan amplio el abanico de posibilidades al hablar de imágenes que no terminaríamos nunca. El hecho que “cualquier cosa, cualquier acción, cualquier ente humano o animal puede fungir como imagen” hace imposible esta tarea y al mismo tiempo permite que entendamos una cosa: lo importante en una imagen es **SU FUNCIÓN**.

Como lo hemos visto, la imagen tiene como función esencial la de representar algo que no se encuentra en ese momento presente frente a nuestros ojos, la imagen sustituye ese objeto, esa persona. Ocupa un vacío, una ausencia. El objetivo puede ser muy variado, y el “soporte” de la imagen también, pero esa es su función.

Représenter, c'est rendre présent l'absent. Ce n'est donc pas seulement évoquer mais remplacer. Comme si l'image était là pour combler un manque, tempérer un chagrin. (Representar es volver presente a lo ausente. No es entonces únicamente evocar sino reemplazar. Como si la imagen estuviera allí para llenar un vacío, calmar una pena.)¹¹

Por otro lado, también puede evocar algo que tampoco está explícitamente presente ante nuestros ojos, es decir que puede evocar o representar algo que no sea un objeto físico tangible o una persona, es decir, existen imágenes de una idea, un pensamiento o un recuerdo.

De esta manera, cada concepto que nos formamos es una o múltiples imágenes, imágenes mentales de algo que no está presente pero que nos es

¹¹ Régis Debray, Vie et mort de l'image, Éditions Gallimard, 1992, p49 (Trad. Yvette Olvera)

lo importante en una imagen es
SU FUNCIÓN

evocado por algún signo dentro de una imagen, algo que podemos identificar.

Los conceptos toman forma en imágenes abstractas, en intuiciones que conforman un todo organizado, y de que vemos o intuimos el mundo solamente a través de ese conjunto de imágenes conceptuales. Cambiar de imagen o concepción del mundo es, por lo tanto, cambiar de mundo.¹²

Es así como a través de imágenes que vemos o que construimos en nuestra mente que logramos conocer y concebir el mundo que nos rodea. Nuestro mundo se conforma de imágenes, imágenes tangibles e imágenes mentales (intangibles).

existen imágenes de una idea, un pensamiento o un recuerdo

¹² Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p116

Esto es una cuestión medular, el mundo no es entonces algo fijo, algo estático e inmutable que está allí externo a nosotros. No es un objeto fijo que percibimos, y cuyas cualidades son totalmente externas a nosotros; por el contrario, el mundo es algo que vamos construyendo conforme conocemos y conforme crecemos; conforme el ser humano va haciendo historia y memoria.

Fernando Zamora explica:

(...) hay un aspecto más complejo, de carácter epistemológico: la imagen física es, ante todo, un objeto. Y si es un objeto, lo es para un sujeto. Podría entenderse como un “objeto de conocimiento”, ajeno al “sujeto de conocimiento”. O bien (tomando como punto de partida la revolución kantiana) se podría entender que dicho objeto no es una “cosa” independiente del sujeto, sino un fenómeno constituido por las representaciones que se forma el sujeto. Sea como sea, la imagen física o material tiene un carácter objetivo, a diferencia

de la imagen inmaterial, que tiene una existencia más bien subjetiva.¹³

Los objetos físicos tienen entonces cualidades intrínsecas, por ejemplo el material con el que están hechos, su forma, su tamaño etc... pero de estos objetos que podemos ver a través de imágenes físicas, o bien de fenómenos no tangibles como la música o la voz, nos creamos una imagen mental, inmaterial; nosotros, los seres humanos, como sujetos, vemos y percibimos las cosas, ya sean como las imágenes materiales o como aquellas que nos forjamos de ellas en la mente y éstas dependen de muchos factores como son el idioma, la educación, y en general: la cultura; es decir, todo aquello que regula o predispone a ciertos comportamientos y actitudes frente a una serie de códigos y convencionalismos que permiten una

¹³ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p127

vida en sociedad.

Sin embargo es artificioso separar la imagen material de la inmaterial ya que todo es parte de un mismo proceso del cual no podemos realmente conocer el inicio y el final.

Así, conocer es formarse representaciones, las cuales son a su vez el reflejo o imágenes casi-visuales de las cosas. El conocimiento es entonces algo que está en la mente como una serie de imágenes de las cosas, las personas y los conceptos.

(...) las formas visuales o las imágenes no sólo preceden siempre a los conceptos abstractos (sean filosóficos o matemáticos, religiosos o psicológicos), sino que, sobre todo, los generan.¹⁴

De allí que un gran número de personas tomen el recurso de esquemas gráficos

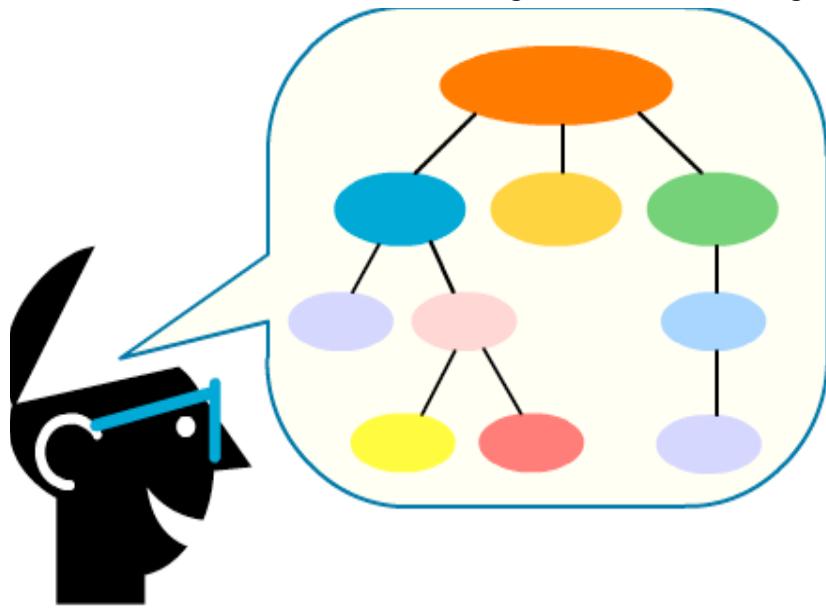
¹⁴ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p109

para exponer ideas y para conformarlas. Al plasmar un pensamiento de manera gráfica, visual, éste parece aclararse, ordenarse; muchas veces ante la imposibilidad de explicar con palabras una o varias ideas o sus relaciones, los esquemas nos ayudan a aclararlas: Pensamos entonces en y con imágenes visuales. En ese caso las imágenes no son copias sino simbolizaciones.

La iconicidad no es un rasgo llanamente “objetivo”, sino que obedece a criterios compartidos entre los usuarios de los íconos: si no hay acuerdo no hay iconicidad.

15

15 Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen,



De hecho no existiría ningún lenguaje sin estos acuerdos y convencionalismos. En la definición misma de lenguaje, al hablar de códigos, hablamos de una serie de símbolos y signos que son comunes a toda una sociedad y por lo tanto existe un acuerdo, una convención para su uso y su significado.

Por ejemplo, al ver un signo como un semáforo en rojo sabemos que la interpretación adecuada de ello es “Deténgase”. Toda la señalización de tránsito es un código de signos comunes para todos los usuarios ya sean conductores o peatones. Todos debemos conocer estos signos para poder vivir en la urbe y evitar accidentes.

Sin embargo el significado de una imagen cambia según su entorno visual; existen signos cuya convención en cuanto a su sentido e interpretación no es tan tajante, o bien cambia de cultura en cultura.

E.N.A.P., 2008, p143

Por ejemplo los colores. Para nuestra sociedad occidental el color rojo puede ser signo de violencia, de sangre pero en otras ocasiones es símbolo de amor. Su interpretación puede variar y depende mucho del contexto en el que se use y de la persona que lo interpreta.

Como en el lenguaje verbal, el acto de ver una imagen (pintura, fotografía etc...) implica la capacidad de ver relaciones; todo gira en torno a un sistema de valores y no simplemente como una suma de elementos aislados y sin relación. Así el significado de una imagen cambia según su entorno visual, su contexto y no tanto en cuanto a qué tanto se parece al objeto original.

(...)las imágenes visuales NO guardan una relación de motivación o semejanza con las cosas; en otras palabras: que una imagen NO tiene que ser parecida a lo que representa.

La semejanza existe, pero no es una especie de "cualidad inherente" a las imágenes, sino una convención ligada a las prácticas sociales de significación y simbolización (artísticas, religiosas, informativas, científicas...).

Lo importante ya no es si la imagen y la cosa se parecen, sino cómo la primera simboliza a la segunda.¹⁶

Aunque por convención, siempre existe una relación entre lo que se dice y las imágenes que nos creamos de ello;

¹⁶ Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p138, p144, p142



los códigos nos permiten tener una semejanza en la interpretación de las imágenes. Todos pertenecemos a una sociedad, a un grupo específico, y eso determina en gran medida la manera en como vemos e interpretamos las cosas. Lo mismo pasa en la ciudad. Las imágenes que nos formamos y que tenemos de

Las imágenes que nos formamos y que tenemos de la ciudad corresponden a constructos mentales, imaginarios colectivos creados a partir de una memoria colectiva.

la ciudad corresponden a constructos mentales, imaginarios colectivos creados a partir de una memoria colectiva. Sitios, edificios, parques, monumentos, zonas enteras de la ciudad corresponden a

signos cargados de significado a nivel histórico, cultural, económico, político, social. Es por eso que las interpretaciones no pueden diferir tanto al respecto. La educación que se recibe, lo que el gobierno decide “resguardar o destruir” construye este imaginario y la forma en que vemos y comprendemos las cosas.

Régis Debray en su primer capítulo del libro “Vie et mort de l’image” explica como la imagen nace de la muerte.

Idole vient d’eidôlon, qui signifie fantôme des morts, spectre, et seulement ensuite, image, portrait. L’eidôlon archaïque désigne l’âme du mort qui s’envole du cadavre sous la forme d’une ombre insaisissable, son double, dont la nature ténue mais encore corporelle facilite la figuration plastique. L’image est l’ombre, et ombre est le nom commun du double. (Idolo viene de eidôlon, que significa fantasma de los muertos, especto, y solo entonces, imagen, retrato. El eidôlon

arcaico designa el alma del muerto que vuela del cadáver bajo la forma de una sombra inaprensible, su doble, cuya naturaleza tenue pero aún corporal facilita la figuración plástica. La imagen es la sombra, y la sombra es el nombre común del doble.)¹⁷

Así el significado primero de la palabra Imagen era “el fantasma” el fantasma de los muertos, su alma que se alejaba del cadáver como una sombra que no podíamos atrapar, la imagen era esta sombra, un doble, una representación que finalmente era mucho más que sólo eso; un molde de cera que permitía que el muerto siguiera viviendo. Es pues a través de la imagen que se perpetran las cosas, los objetos y sobre todo y en un inicio: las vidas. Los seres humanos rendíamos culto a nuestros antepasados, y para ello se necesitaban que éstos sobrevivieran

¹⁷ Régis Debray, *Vie et mort de l'image*, Éditions Gallimard, 1992, p28 (Trad. Yvette Olvera)

después de su muerte. Eso fue lo que permitió y sigue permitiendo la imagen.

No es que primero exista la creencia en un dios y después se busque una forma de representarlo, sino que ese dios empieza a existir cuando se empieza a configurar un sistema de representaciones rituales: la representación del dios produce al dios.¹⁸

Esta cita permite entender como hoy en día seguimos utilizando la imagen para crear “Dioses”. Tal vez ya no en el mismo sentido en el que se tenía en ese entonces, sin embargo la función sigue permaneciendo aplicada ahora a otros campos como el de la arquitectura y la ciudad. Los modos de vida son determinados por las imágenes que vemos. Estas imágenes nos dicen, lo que es o debe ser un edificio, una ciudad, un barrio. O bien nos evoca como eran y

¹⁸ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p109-110

como deberían seguir siendo?!

Dieu est Lumière, seul l'homme est photographe. Car seul celui qui passe, et le sait veut rester. On ne prend jamais tant de photos ou de Films que de cela qu'on sait menacé de disparition: faune, flore, terroirs, Vieux quartiers, Fonds sous-marins. Avec l'anxiété du sursitaire, grandit la fureur du documentaire.

(Dios es Luz, sólo el hombre es fotógrafo. Porque sólo aquel que pasa, y lo sabe quiere quedarse. Uno no toma jamás tantas fotos o películas sino de lo que sabemos que está en menaza de extinción : fauna, flora, localidades, viejos barrios, fondos submarinos. Con la ansiedad del indulto, crece el furor del documental.)¹⁹

A través de la imagen el ser humano hace presente lo ausente, no sólo lo evoca sino lo reemplaza, lo mantiene vivo por su presencia. La imagen en todas sus formas (pintura, escultura,

¹⁹ Régis Debray, Vie et mort de l'image, Éditions Gallimard, 1992, p35 (Trad. Yvette Olvera)

etc.) es y ha sido importante para la historia del Ser Humano porque de ella nacieron todas las posibilidades del culto, todas las conexiones posibles entre la vida y la muerte, entre el hombre y los dioses, entre lo visible y lo invisible, pero concebible. La imagen fue y sigue siendo el medio a través del cual esto es posible. La imagen desde su creación ha tenido una función utilitaria y no decorativa. La cosa representada era y es necesaria para el mantenimiento de la sociedad es por eso que la imagen en todas sus "presentaciones" (ya sea física o mental) es un "artículo" de primera necesidad.

la imagen en todas sus "presentaciones" (ya sea física o mental) es un "artículo" de primera necesidad

Sin embargo hoy en día ya se puede mentir a través de la imagen. Para muchas sociedades de la Edad Media, eran una copia, la fiel imagen de aquello a lo que se referían, la idea siendo entonces mantener vivo algo o alguien, ¡pero no eran ese algo o ese alguien! de allí que también que se relacione la imagen con algo falso, algo que no es “lo original”, una copia y por ende una mentira.

En Platón la imagen visual o ícono (eikón) se relaciona con la imitación (mímesis), y ésta es descalificada como mentira, engaño, seducción, irracionalidad y corrupción de las almas. El eikón pertenece al mundo de las apariencias, y no es más que una imagen física de las Formas o Ideas (eidé) no sensible sino inteligible. Estas formas no se captan con los ojos corporales, sino con los ojos del espíritu; y no son conceptos abstractos, sino formas eternas, inmutables.²⁰

²⁰ Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p112

En este caso Platón lo relaciona con el “mundo de las ideas”, las imágenes son aquello que le da forma a una idea. En este caso ya no hablamos de las imágenes como objetos tangibles que representan a otro objeto o persona. Pero en esta concepción podemos fácilmente caer en las trampas de la IMAGINACIÓN.

Imaginar es formarse la imagen de las cosas en nuestro cerebro, es ver sin estar viendo

Imaginar es formarse la imagen de las cosas en nuestro cerebro, es ver sin estar viendo. Bajo este concepto podemos decir que “es posible concebir una figura de mil lados pero no es posible imaginarla”, una cosa es entonces la razón, la lógica y el pensamiento que funciona a base de imágenes y otra cosa es la imagen misma, ya sea sensible o

mental. Así, “tener una imagen de” un pensamiento es concebible pero no siempre imaginable. De igual manera se tiene un concepto puro de un triángulo o de un perro; se puede definir de manera “objetiva”, racional pero la imagen que nos hacemos de estos conceptos no es que sea una imagen particular para cada quien sino que en esos casos se traduce en un esquema de ellos; ya “después” viene algún ejemplo, algún caso particular.

Podemos decir entonces que una de las cualidades de la imagen es que muestran/hacen visible lo invisible, lo intangible, los conceptos e ideas en nuestras mentes; por ejemplo una “imagen poética” no es algo literal sino una comparación para ver intensidades, que nos permiten entender, actos, sentimientos, pasiones, cuestiones no tangibles pero que pertenecen al ser humano.

Son representaciones de algo dentro de un marco determinado de espacio y tiempo que debemos SIEMPRE considerar puesto que de ellos depende su interpretación. Toda convención social en cuanto a signos cambia en el tiempo y en la geografía humana por ellos es importante conocerlos para poder darle a una imagen una interpretación.

Conocer es formarse representaciones, imágenes de las cosas

La imagen sensible tangible e intangible es visual y es herramienta del conocimiento. Conocemos y comprendemos a través de la imagen. Es parte de nuestra manera de comprender y apropiarnos del mundo que nos rodea y de las relaciones que formamos. Conocer es formarse representaciones, imágenes de las cosas. Esto es válido para TODO TIPO DE

IMÁGENES.

Es decir que cuando hablamos de IMAGEN URBANA, también estamos hablando de: un código, signos y símbolos, representaciones, un marco dado de tiempo y espacio, constructos mentales, imaginarios colectivos, sistemas de valores y relaciones, un “background” cultural que nos permitirá su adecuada interpretación, eso entre muchas cosas más. La Imagen Urbana como la imagen de la urbe, de la ciudad; la imagen tanto física como mental que tenemos y nos hacemos de los espacios urbanos; lo que es y lo que representa la ciudad para nosotros, todo eso es lo que engloban esas dos palabras: Imagen Urbana.

Dentro de la urbe hemos visto entonces que la imagen es un elemento más de la comunicación, y es tal vez uno de los más importantes, que nos permite comprender la ciudad en muchos sentidos, uno de

ellos será la forma de apropiación que se tiene de los espacios públicos. Pero para ello debemos también comprender que es lo que con tanta facilidad llamamos “lo público”, en oposición a qué, y sobre todo qué es entonces el tan famoso “espacio público”.

[]

¿Por qué es relevante bajo la perspectiva de la comunicación y con respecto a la ciudad hablar de lo Público? ¿Qué es lo que su entendimiento nos permite comprender?

Es imposible pensar en Ciudad, en Urbanismo sin pensar o evocar los espacios públicos. El espacio público es inherente a la concepción misma de ciudad, uno no existe sin el otro, se alimentan y dan vida mutuamente; el ambiente urbano es aquel que se percibe desde sus espacios públicos, es decir: que la ciudad es un hecho colectivo, un lugar de intercambios, un lugar de comunicación y encuentros

particularmente dados en los espacios públicos que se han ido modificando a lo largo de la historia del hombre. Si pensamos entonces que la ciudad está compuesta y articulada básicamente por Espacio Público, comprendemos la importancia de hablar y definir el término de Lo Público.

el ambiente urbano es aquel que se percibe desde sus espacios públicos

Una de las ideas que nos vienen a la mente al hablar de lo público y en específico de los Espacios Públicos es que éstos son el resultado, el remanente, y el opuesto a los Espacios Privados. Son los espacios que quedan entre los espacios privados, podríamos entonces decir que el espacio público es aquel que queda atrapado entre todo el espacio privado que se

va formando y definiendo. Bajo esta perspectiva el Espacio Público parecería ser “el sobrante” del Espacio Privado, sin embargo su importancia es tal que debería pensarse al revés. Los Espacios Públicos son lugares que permiten la articulación de la ciudad, la conexión entre los espacios de cualquier tipo, es

*la ciudad es un hecho colectivo,
un lugar de intercambios,
un lugar de comunicación y
encuentros particularmente
dados en los espacios públicos*

decir que sin los espacios públicos no podríamos movernos, no podríamos sino estar confinados en un espacio privado sin poder transitar hacia otro espacio. Aunque la traza y delimitación de los Espacios Públicos incida de manera

simultánea en la de los Espacio Privados y vice versa, me parece que no es la misma acción el pensar prioritariamente en los Espacios Privados y que entonces se definan automáticamente los Públicos, que hacer la acción inversa pensando en definir los Espacios Públicos y que entonces se definan por consecuencia los privados.

Esta dualidad público/privado y sus implicaciones en la ciudad y su funcionamiento y en la forma en cómo vivimos la ciudad, no son algo novedoso. Estos conceptos nos acompañan diariamente en muchos aspectos de nuestras vidas, pasamos de lo uno a lo otro constantemente en un mismo día, sin pensarlo, sin detenernos a reflexionar en lo que esto implica en nuestra vida cotidiana. Sin embargo parecería que no está de más hacer algunas reflexiones sobre los diversos niveles en que esta

dualidad influye en nuestra cotidianeidad y las consecuencias que conlleva en tantos y distintos ámbitos.

Empecemos por revisar lo que nos dice al respecto el Diccionario:

público, ca. (*Del lat. *publĭcus**).²¹

1. adj. Notorio, patente, manifiesto, visto o sabido por todos.

2. adj. Vulgar, común y notado de todos.

Ladrón público

3. adj. Se dice de la potestad, jurisdicción y autoridad para hacer algo, como contrapuesto a privado.

4. adj. Perteneciente o relativo a todo el pueblo.

5. m. Común del pueblo o ciudad.

6. m. Conjunto de las personas que participan de unas mismas aficiones o con preferencia concurren a determinado lugar. Cada escritor, cada teatro tiene su

²¹ Diccionario de la Real Academia Española en Línea - Vigésima segunda edición

público

7. m. Conjunto de las personas reunidas en determinado lugar para asistir a un espectáculo o con otro fin semejante.

8. f. En algunas universidades, acto público, compuesto de una lección de hora y defensa de una conclusión, que se tenía antes del ejercicio secreto para recibir el grado mayor.

dar/ al ~.

1. loc. verb. publicar (por medio de la imprenta u otro procedimiento un escrito).

de público.

1. loc. adv. Notoriamente, públicamente.

en público.

1. loc. adv. Públicamente, a la vista de todos.

sacar al ~ algo.

1. loc. verb. Publicarlo.

Imagen ~.

1. f. Conjunto de rasgos que caracterizan ante la sociedad a una persona o entidad.

Mujer ~

1. f. prostituta.

Vía ~.

1. f. Calle, plaza, camino u otro sitio por donde transita o circula el público.

Básicamente podemos englobar esto en dos o tres conceptos:

- Lo público como aquello que pertenece a todos (aspecto jurídico de la pertenencia),
- Lo público como aquellos que es visto, sabido, conocido por todos
- y finalmente lo público como el nombre que se le da a una audiencia.

Estos conceptos se contraponen de forma evidente a los que encontramos para la palabra Privado.

privado, da. (Del part. de privar; lat. *privātus*).²²

1. adj. Que se ejecuta a vista de pocos, familiar y domésticamente, sin formalidad ni ceremonia alguna.

2. adj. Particular y personal de cada individuo.

3. adj. Que no es de propiedad pública o estatal, sino que pertenece a particulares.

Clínica privada

4. adj. Can. Muy contento, lleno de gozo.
ESTAR privado

5. m. Persona que tiene privanza.

6. f. retrete (apostento).

en privado.

1. loc. adv. A solas o en presencia de pocos, sin testigos.

²² op. cit.



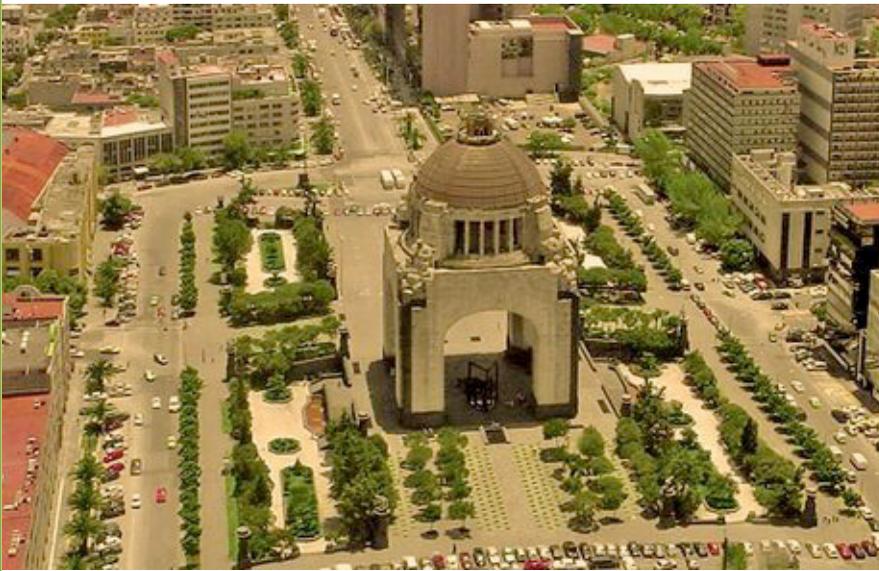
Esta dualidad y oposición es pues evidente desde la definición misma de las palabras en el diccionario. Sin embargo sus implicaciones prácticas, funcionales y sus efectos en los comportamientos humanos van más allá de estas definiciones. Las palabras mismas ya implican cierto tipo de comportamientos, de imágenes mentales que nos hacemos al respecto de estos espacios y de la forma en cómo nos “enfrentamos” a ellos o nos comportamos en ellos.

Así, no podemos dejar a un lado el hecho que la mayoría (sino todos) los conceptos de lo público que aparecen en las definiciones del diccionario conllevan,

o al menos connotan, algo negativo para el ciudadano.

Al hablar de Lo Público, hablamos de algo que está a la vista de todos o al alcance de todos, y bajo la misma definición se nos dice que es algo común, vulgar, es decir algo que no tiene discriminación de ningún tipo, que es para varios, para todos, para el común de la gente. Sin embargo esto connota e implica ya entonces otro tipo de relación. Puesto que es algo para todos, para el vulgo, para cualquiera, entonces está implícita una cierta segregación de clases porque es algo ordinario, algo vulgar, corriente. Todas estas son connotaciones que parten simplemente de la palabra misma.

Bajo la idea de Democracia que se tiene en nuestras sociedades occidentales, “lo público” no debería ser algo negativo, puesto que por el contrario, la democracia se entiende, no sólo como la base de la



mism sino como la panacea para todos los males de la sociedad! se trata entonces de discutir, confrontar, hablar y llegar a acuerdos en aquellas cosas que nos son comunes a todos, o que nos atañen a todos en nuestras vidas comunitarias. Todo aquello que es “por el pueblo y para el pueblo” puesto que el pueblo somos todos nosotros los integrantes de la sociedad, es parte de Lo Público.

Desgraciadamente pareciera que el problema en cuanto a esta visión negativa, proviene de otro lado; de la combinación entre justicia social y neoliberalismo. Vemos que se extraen graves contradicciones de esta combinación, una de ellas siendo esta cuestión de lo público. Y, como lo pudimos ver, esta contradicción ya se denota en el uso mismo de las palabras y las implicaciones que estas tienen cuando las utilizamos. Por un lado la justicia social habla y quiere

fomentar “el bien común” tomando como base que existimos y vivimos en sociedad y que dependemos de ella, y por lo tanto los espacio público deberían ser la base de dicha justicia; mientras que por otro lado el neoliberalismo promueve un individualismo a toda costa, fomentando un sentimiento exaltado de querer destacar, salir de lo “común”, y fomentando la idea de propiedad privada. Es más importante en el neoliberalismo el Tener que el Ser. Por eso actualmente, todo aquello que le pertenece a todos, o es para todos, sin discriminación alguna, tiene una connotación negativa en nuestra sociedad.



Sin embargo este tema no es el propósito de esta tesis y es tratado con otras implicaciones y de manera más profunda por economistas, sociólogos etc., la idea aquí es más bien tratar de entender cómo esto funciona y qué consecuencias tiene en nuestra forma de ver el mundo, cómo es que las palabras y sus usos ya influyen en nuestra percepción de las cosas. Y en este caso en particular en la forma en como vemos las Espacialidades y lo Público.

Marco Alexis Salcedo y Silvia Cristina Caicedo en su artículo “Espacio público como objeto de estudio en las ciencias sociales y humanas” hacen ampliamente referencia a este interesante fenómeno de percepción entre lo público y lo privado:

Recurramos al saber popular para evaluar los valores asociados a lo público: ¿Qué significa la palabra mujer cuando se le agrega el epíteto de pública? ¿Cuánta

credibilidad le daríamos a las promesas y compromisos que haría un hombre de la vida pública -un político por ejemplo-? ¿Cuán sinceras creemos que son las acciones que observamos, a través de los medios de comunicación, realizan personajes de la vida pública –como actores, artistas y otros-? ¿Qué virtudes adquiriría un niño que acostumbra pasar el tiempo en la calle? Prostituta, embustero, hipócrita y gamín o delincuente son las palabras con las que están asociadas las anteriores preguntas, las cuales no dejan margen para equívocos al decir que lo público connota falsedad, vicio y engaño. Este lugar común sobre la valoración de lo público, ubica igualmente a la casa como el territorio privilegiado para constituir a las personas en sujetos sociales, portadores de unos valores culturalmente promovidos. De allí que se crea que los complejos que deciden la condición humana sean los familiares, los que se configuran de la casa hacia dentro.²³

23 Salcedo Marco Alexis, Caicedo Silvia Cristina, “El espacio público como objeto de estudio en las ciencias sociales y humanas”, Revista Científica Guillermo de Ockham, Vol. 6, No. 1. Enero-Junio de 2008

Esta cita no deja lugar a dudas en cuanto a los conceptos que vienen a la mente cuando se habla de “lo público” y “lo privado”, uno connotando lo negativo, siendo tanto la causa como la consecuencia de los males de la sociedad; connotando una dimensión moralmente negativa como delincuencia, asesinatos, violencia, privaciones etc... todo esto ocurre en la CALLE, un espacio público por excelencia, mientras que lo otro suele referirse a una cuestión de seguridad y bienestar. El carácter negativo que inherentemente tiene lo público según estos y otros autores, puede vincularse a la manera en cómo desde hace décadas se ha concebido también a la ciudad, como la sede del mal, una babilonia sin pies ni cabeza que crece descomunadamente y nadie puede controlar y en cuyas entrañas suceden cosas terribles.

Otra idea que tenemos de lo público

y que proviene también de esta concepción negativa, es que, como lo público es algo común, algo de todos y para todos, y no se designan tareas o responsabilidades específicas hacia ese objeto o lugar, entonces la ciudadanía suele desentenderse del mismo. Así lo que es de TODOS se convierte en algo de NADIE.

lo que es de TODOS se convierte en algo de NADIE

Sin embargo es cierto que no es la única visión de lo público, es solamente una manera de ver la ciudad que desgraciadamente se olvidó que Ciudad y Sociedad son un binomio inseparable y que los males de una son los de la otra. De cualquier forma salta a la vista como los espacios públicos para el esparcimiento y disfrute de los ciudadanos no son lo suficientemente valorados ni económica

ni socialmente por el Estado o por los ciudadanos. Esta situación impide al mismo tiempo, evidenciar como es que estos ambientes públicos contribuyen al bienestar de la sociedad, a la calidad de vida de los ciudadanos y al desarrollo social. Sin olvidar que son los Espacios Públicos los articuladores, las arterias y por lo tanto la vida misma de las ciudades; no sólo porque son las vías de comunicaciones y transportes sino porque permiten múltiples funciones sociales necesarias para el buen funcionamiento de la sociedad. Los Espacios Públicos

son reguladores y escenarios de todo tipo de intercambios indispensables para la supervivencia de la sociedad y en consecuencia del ser humano. Muchos Gobiernos a su vez demuestran un muy inestable interés en invertir en estos espacios para la ayuda y el crecimiento político y social. Los temas urbanos y por ende públicos deberían ser prioritarios para cualquier gobierno.

Hoy en día nos enfrentamos a un “nuevo” interés en los Espacios Públicos como lugares ideales para la publicidad y la venta. Parte de los Espacios Públicos son vistos ahora como una mercancía con un valor de cambio según el número de ciudadanos que por allí transiten o permanezcan un tiempo determinado. La privatización de su imagen es todo un negocio que ha venido a cambiar por completo los espacios.

Esta visión de las cosas provoca cierto tipo de comportamientos hacia



el objeto o lugar muy particulares y con importantes consecuencias que veremos más adelante en los siguientes capítulos. La pregunta que surge al pensar en esta dualidad público/privado, negativo/positivo sería entonces: ¿La privatización de estos espacios es acaso la única opción o alternativa para la estimación y valoración de lo público?

Lo público como concepto y como idea no ha sido siempre el mismo, ha sufrido cambios a lo largo del tiempo en nuestras sociedades.

Lo que conocemos todos como el origen de

toda cuestión pública es Grecia. Podemos decir que en aquel entonces lo público era representado o se concentraba en un Espacio: la Plaza. Era en la plaza que se llevaban a cabo las reuniones y consejos para tratar los asuntos comunes a todos,

¿La privatización de estos espacios es acaso la única opción o alternativa para la estimación y valoración de lo público?

los asuntos públicos (aunque la mujer no fuera parte de ellos!).

Durante el Iluminismo, lo público se trataba y discutía también en algunas espacialidades, como los cafés, los salones o clubes; y “lo público” era lo que los Burgueses argumentaban de manera racional a cerca de los derechos colectivos. Sin embargo cabe destacar cómo, desde ese entonces, ya existía



una paradoja, puesto que los asuntos de todos se trataba en lugares “más privados”, más cerrados, lejos del alcance de “cualquiera”.

Hoy con la Democracia Masiva, lo Público ya no se refiere a algo que acontece o se discute en una espacialidad, en algún Espacio Público delimitado sino que se refiere más bien a lo que llamamos más comúnmente: Opinión Pública. Así, los espacios públicos han cambiado y ahora no se refieren (únicamente) a Espacios físicos, o lugares sino a aquellos tiempos dados en los medios masivos de

comunicación como la radio, la televisión, el Internet o la prensa, para tratar estos asuntos o dar la opinión pública de ellos. De esta forma, lo público ya no se limita a lo territorial, a un espacio físico, común a la población de un Estado o una Nación, sino a algo que ya desborda el Espacio físico en sí. Podríamos inclusive hablar de un nuevo tipo de Espacio Público, un Espacio Público Virtual, intangible.

Más allá entonces de la dualidad público/privado con respecto al aspecto negativo y positivo que nos connotan los términos, se encuentran otros dos aspectos: el de lo público como un Espacio; y el aspecto jurídico, el aspecto de la propiedad.

Al pensar en público/privado automáticamente nos viene a la mente la cuestión de la pertenencia, de la propiedad.

Es sobre este concepto de público que las autoridades dan sus propias versiones



y definiciones de lo que es un Espacio Público. Por ejemplo:

X. Espacio Público;²⁴

Las áreas para la recreación pública y las vías públicas, tales como, plazas, calles, avenidas, viaductos, paseos, jardines, bosques, parques públicos y demás de naturaleza análoga.

ESPACIO PÚBLICO²⁵

Entiéndase como el conjunto de bienes inmuebles de dominio público y de dominio privado, de conformidad con los artículos 16 fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII Y VIII y 33 fracciones I, II, III, IV, VI VII de la Ley del Régimen Patrimonial Y del Servicio Público, destinados por su naturaleza, por su uso o afectación a la satisfacción de necesidades urbanas colectivas que trascienden, por tanto, los límites de los intereses individuales de los habitantes.

²⁴ Gaceta Oficial del Distrito Federal del día 15 de julio del 2010

²⁵ Gaceta Oficial del Distrito Federal del día 26 de septiembre del 2008

Constituyéndose así el espacio público de la Ciudad de México con las áreas requeridas para la circulación, tanto peatonal como vehicular, las áreas para la recreación pública, activa o pasiva, para la seguridad y tranquilidad ciudadana, las franjas de retiro de las edificaciones sobre las vías, fuentes de agua, parques, plazas, zonas verdes y similares, las necesarias para la instalación y mantenimiento de los servicios públicos básicos, para la instalación y uso de los elementos constitutivos del amueblamiento urbano en todas sus expresiones, para la preservación de las obras de interés público y de los elementos históricos, culturales, religiosos, recreativos y artísticos, para la conservación, y preservación del paisaje urbano y los elementos naturales del entorno de la ciudad y, en general, todas las zonas existentes o debidamente proyectadas en las que el interés colectivo sea manifiesto y conveniente y que constituyen, por consiguiente, zonas para el uso o el disfrute colectivo.

Los espacios públicos cuyo régimen sea

considerado como bienes de dominio público son inalienables, imprescriptibles e inembargables y no estarán sujetos a ningún gravamen o afectación de dominio, mientras no cambie su situación jurídica, de conformidad con el artículo 17 de la Ley del Régimen Patrimonial Y del Servicio Público.

Los espacios públicos cuyo régimen sea considerado como bienes de dominio privado son inalienables e imprescriptibles, de conformidad con el artículo 35 de la Ley del Régimen Patrimonial Y del Servicio Público.

En estas definiciones “oficiales” el Espacio Público es visto como una mera realidad física que puede delimitarse y dividirse en zonas. Son espacios dentro de la ciudad, o secciones de la misma. Lugares en los que cualquier persona dispone del derecho de circular, a diferencia de los espacios privados en los que ese derecho se ve restringido por diversos criterios.

También se ven y conciben como escenarios que pretenden existir para cumplir con una función, o la realización de ciertas prácticas. Éstas prácticas suelen sobre todo ser de orden político y social, por lo que podemos ya de entrada oponer esta idea a lo privado o individual. Por lo tanto estos espacios son objeto, causa, centro y finalidad de la lucha política, su razón de ser es la de sostener, transformar y equilibrar las relaciones de poder en la sociedad.

Nos es imposible comprender de manera suficiente y adecuada lo que es el Espacio Público basados únicamente en estos enfoques “oficiales” que constituyen las cuestiones normativas y de regulación para los espacios urbanos. Definiciones demasiado técnicas que suelen ser muy reductoras de los que constituye, representa, engloba y abarca un Espacio Público.

Así esta visión institucional excluye cuestiones importantes para una perspectiva más valorativa y social de lo que representa lo Público de un Espacio. Puesto que por definición la gestión, mantenimiento, disfrute, apreciación y apropiación de estos espacios no se reduce únicamente a las autoridades de la ciudad sino a todos los ciudadanos. Debemos vincular de alguna manera esta característica de lo Público de un espacio, con la constitución misma de la ciudad y a su vez entonces con este sistema de comunicación del cual hemos hablado al inicio de este capítulo y que es parte de la ciudad misma.

Entonces ¿Cómo se expresa lo público? No únicamente con respecto a los espacio físicos sino en la relación individuo/ espacio y las dinámicas que esta relación implica. Según lo que hemos abordado en

este capítulo en cuanto al sistema de comunicación de la ciudad, la imagen es una parte primordial para el entendimiento del lenguaje urbano y por lo que hemos podido ver, lo Público tiene una expresión registrable y generadora de tal imagen, puesto que está ligado a la reglamentación de los espacios en cuanto a sus usos y sus componentes. De allí que la definición de lo que llamamos Imagen Urbana se vuelve un elemento fundamental para comprender toda la cuestión de la ciudad y de los Espacios Públicos; y en consecuencia de las actitudes y comportamientos de los usuarios de esos espacios públicos.

En el siguiente capítulo se abordará la cuestión de la Imagen Urbana en cuanto a su definición, y la forma de creación de los mismos; no sin antes abordar el tema de la Ciudad, su complejidad y formas de entendimiento.



capítulo 2

Usos y percepciones del
Espacio: la interpretación
del entorno urbano



2.1 La complejidad de lo urbano, de sus usos y de su percepción

[]

El ser humano crece, evoluciona, se reproduce, se desarrolla; en resumidas cuentas vive y pervive, en sociedad y en consecuencia casi siempre en un ambiente urbano. Sin embargo éste último, por su crecimiento, su heterogeneidad, la variedad de sus habitantes, de sus usos entre tantas cosas más, se vuelve cada vez más confuso y caótico. La ciudad ofrece cobijo, simplifica de alguna forma la vida del ser humano al concentrar todo tipo de actividades en una misma área; sin embargo ésta misma concentración

de actividades tan diversas, e inclusive hasta contradictorias, causa enormes problemáticas difíciles de resolver que generan espacialidades complejas y complicadas.

Cuando nos referimos a la ciudad usualmente pensamos primeramente en una gran aglomeración de personas, después en datos como: el número de habitantes que la constituyen, la concentración y/o la desigual densidad de sus barrios, el crecimiento físico y poblacional que ha sufrido a lo largo del tiempo, la infraestructura y los servicios que ofrece o la carencia de ellos, los tipos y la gran o poca diversidad de actividades que se pueden encontrar y realizar, los congestionamientos viales y la red de transporte público (eficiente



o deficiente), el empleo o la falta de empleo, los niveles de inseguridad de los cuales se habla y sus estadísticas, el nivel adquisitivo de su población, el tipo de edificios y de arquitectura que pudieran o no caracterizarla, sus vialidades, sus parques, etc. al final son tantas cosas las que conforman una ciudad que no terminaríamos nunca de hacer esta lista, y esto seguiría siendo sólo una muestra de la increíble complejidad que caracteriza y compone lo urbano.

Si todos esos son sólo algunos de los elementos en los cuales podemos pensar cuando definimos o nos referimos a una ciudad; (tal vez pudiera yo imaginar que son de los más habituales); quiero pensar que al querer comprender y definir los fenómenos que allí ocurren, la cuestión

de la PRODUCCIÓN y los USOS de las ciudades son dos elementos que nos podrían ayudar en esta tarea de definir y comprender la Ciudad y lo Urbano bajo este enfoque de la comunicación; y más específicamente de la comunicación visual a través de la imagen.

Preguntas como: ¿Cuál ha sido el origen de la ciudad? ¿Cómo se ha dado su crecimiento y de qué depende éste? ¿Es posible pensar que estos dos elementos son lo que caracterizan en su mayor parte a cada ciudad y que estos dos procesos son los que le dan identidad e imagen? Sería posible suponer que tal y como sucede para los seres humanos, ¿el nacimiento y la forma en que se va dando el crecimiento (su historia y su memoria) son lo que marcan la forma final, y en este caso preciso de lo urbano, la forma



en cuanto a: la traza, los inmuebles, sus tipologías, sus espacialidades, la vida y la imagen urbana que tiene la ciudad?

Es cierto que serían no más que simples conjeturas, nada de esto parece poder ser comprobable como una ciencia exacta, sin embargo no me parecería ilógico o irracional el poder comprender a la ciudad como

un organismo que depende de las relaciones y conexiones que se han dado en el desarrollo de “su

vida” desde su creación o nacimiento. Comprender así a la ciudad como lo hemos intentado hacer, desde el punto de vista de la comunicación, es aceptar en primera instancia que la ciudad es un “organismo vivo” que cambia y se transforma constantemente y que se relaciona y depende de todo lo que le

*la ciudad es un “organismo vivo”
que cambia y se transforma
constantemente*

rodea, ya sean tanto los componentes mismo de la ciudad, como los externos como los seres humanos o la naturaleza. La diferencia que existe entre el estudio que hacemos en cuanto al sistema de la comunicación humana y el que intentamos hacer con respecto a la ciudad es que en el sistema de comunicación de la ciudad

no se estudia únicamente a uno o dos entes para comprender lo que quieren comunicar y la forma en que lo comunican, sino a

miles de entes, a masas completas, ya sea bajo la forma de grupos o como simples individuos, puesto que cada uno influye y comunica con la ciudad tanto de manera individual como grupal, y estos mensajes y comportamientos son distintos en los dos casos; y a su vez, la ciudad les comunica a ellos. Existe una retroalimentación

no verbal, que no es entre dos seres vivos, pero que está presente todo el tiempo entre los ciudadanos y su ciudad, bajo muy diversas formas las cuales trataremos de esclarecer; una de ellas y la más importante para nosotros sería a través de las imágenes. Las imágenes de la ciudad comunican algo al habitante, y como prueba de ello están los distintos comportamientos que éstas provocan,

la ciudad comunican algo al habitante, y como prueba de ello están los distintos comportamientos que éstas provocan

pero eso lo veremos a detalle en el siguiente capítulo.

Todos estos factores hacen del proceso y

del sistema de comunicación de la ciudad algo sumamente complejo tanto en su forma como en su fondo, y como lo hemos visto, la ciudad en sí es ya algo complejo debido a los incontables elementos que intervienen e influyen en ella; lo es entonces aún más cuando tratamos de comprenderla como un organismo vivo y como un sistema. Es imposible poder abarcar todos sus componentes al mismo tiempo y tener una visión holística del fenómeno de lo urbano. Sin embargo aquí intentaremos comprender cómo es que se da esta comunicación entre individuos ciudadanos y su ciudad, sus espacios; y cuáles son los elementos que los ciudadanos utilizan para que se dé, a la vez que trataremos de entender cómo es que algunos elementos que componen la ciudad nos pueden decir mucho de ella, al punto de provocar cierto tipo de comportamientos y hacernos actuar de una u otra manera.

La producción de la ciudad y de su espacialidad así como el forjado de su imagen responden entonces a una serie de procesos y sobre todo de transacciones con distinta importancia, relevancia y consecuencias. Transacciones entre los ciudadanos en cuanto a relaciones personales y sociales, relaciones económicas, políticas y culturales, pero al mismo tiempo transacciones entre los ciudadanos y la espacialidad misma para “adecuarla” “moldearla” y “transformarla” conforme a sus usos, necesidades, deseos, gustos y conveniencias. Cada intervención, cada interacción es de grado diferente y tiene un grado de impacto en la ciudad también distinto; por ello se suponen

La Ciudad se vuelve entonces un objeto de uso, de consumo, de regeneración, de abandono y de apropiación

e implementan reglas y leyes que permiten mantener un cierto orden, dando lineamientos de lo que se puede y no se puede hacer en la ciudad, y que en realidad son una serie de reglas y lineamientos que dan jerarquías en cuanto a los grados de transformación que sufre o son permitidos en la ciudad para evitar así un caos total. No debemos perder de vista que vivimos en sociedad y que para que podamos convivir se deben

también tener una serie de reglas que permiten una coexistencia y una forma de relacionarse pacífica y

armoniosa.

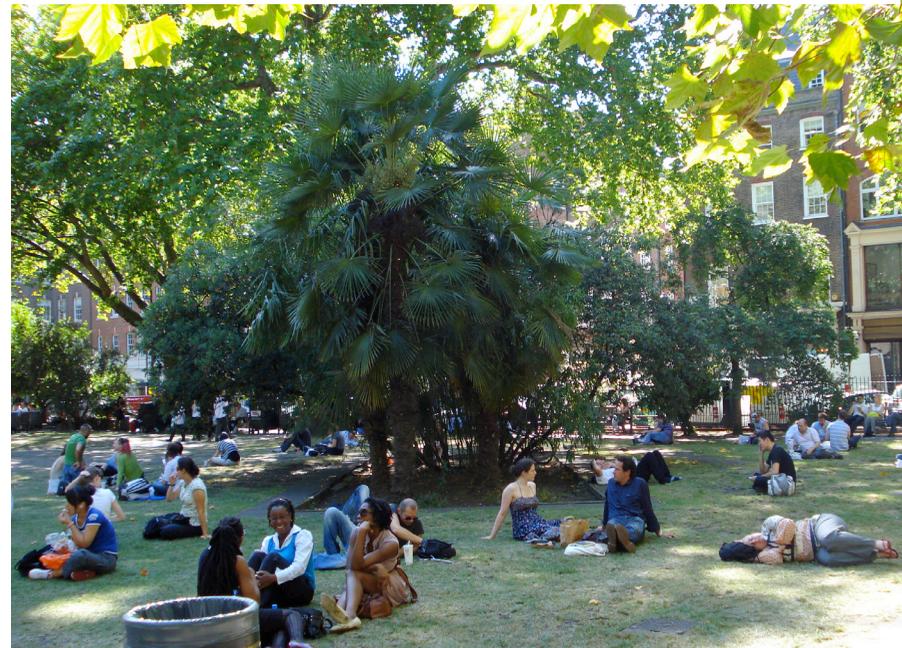
La Ciudad se vuelve entonces un objeto de uso, de consumo, de regeneración, de abandono y de apropiación (entre mil cosas más) por

todos y cada uno de sus habitantes, grupos e individuos y de esta forma la ciudad es algo que crece, permanece, se altera, se fragmenta, se deteriora, se destruye y renace constantemente en cada uno de sus rincones y espacialidades, tanto privadas como públicas. Pero es en la espacialidad pública en donde se puede apreciar toda esta transformación y/o acciones de apropiación por parte de sus usuarios y habitantes, puesto que pese a esta complejidad de lo urbano los seres humanos ordenamos y seleccionamos de tal manera que todo, aún dentro de lo que parecería mero caos, tiene un orden, una clasificación que le da sentido y valor a las cosas y las espacialidades.

Esta constante transformación depende de tantos factores (económicos, sociales, políticos, históricos, culturales, personales, sentimentales etc.) que rara vez es realmente controlada y controlable, y por lo tanto se genera una imagen poco

entendible, sostenible, viable, amable, vivible, habitable; es decir (y como veremos más adelante) una imagen poco auspiciadora de un comportamiento de permanencia y que sin embargo tiene consecuencias en los comportamientos y en cuanto a las formas de apropiación que provoca.

En este caso, como en el capítulo anterior, hemos visto la importancia que tiene la cuestión visual en el proceso de comunicación de lo urbano; pensamos EN y CON imágenes, esto además del



constante bombardeo al que ahora estamos sometidos; por lo mismo, la idea será intentar comprender la influencia que tiene entonces la Imagen Urbana no sólo como un elemento IMPORTANTE sino como un elemento FUNDAMENTAL dentro de este sistema de comunicación, con respecto a los comportamientos de los usuarios ciudadanos.

Para ello deberemos primeramente, y como lo hemos hecho en el capítulo anterior, definir lo que llamamos o entendemos por Imagen Urbana para así después poder comprender qué es lo que de ella nos impulsa, motiva u obliga a cierto tipo de comportamientos en la ciudad.

En los textos oficiales la Imagen Urbana se define de la siguiente manera:

XXVII. Imagen Urbana: resultado del conjunto de **percepciones** producidas

por las características específicas, arquitectónicas, urbanísticas y socioeconómicas de una localidad, más las originadas por los ocupantes de este ámbito físico-territorial, en el desarrollo de sus actividades habituales, en función de las pautas de conducta que los motiva. Tanto la forma y aspectos de la traza urbana, tipo de antigüedad de las construcciones así como las particularidades de barrios, calles, edificios o sectores y elementos históricos y artísticos de una localidad, son elementos entre otros, que dan una visión general o parcial de sus características.²⁶

Según esta definición, la Imagen Urbana es un *conjunto de percepciones* que dan *una visión general o parcial de las características de una localidad*, tomando en cuenta todo tipo de características, formas y aspectos de la ciudad. Esta definición aunque intenta ser específica

²⁶ Ley de desarrollo Urbano del Distrito Federal, Reforma publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del día 11 de agosto del 2006 (negritas por parte de Yvette Olvera)

dando lo más posible de detalles y precisiones, es en realidad sumamente general y no dice gran cosa si no tenemos en claro para empezar qué son este famoso *conjunto de percepciones*.

Como primer punto, tendríamos que preguntarnos ¿Qué entendemos, y más específicamente, qué es una percepción? ¿Cómo funciona? ¿Qué elementos intervienen en ese proceso? ¿Cómo a través de la percepción se define entonces la Imagen Urbana de una ciudad?

Tomando en cuenta que no se trata de una tesis de biología, fisiología o de psicología, trataré de resumir y simplificar el proceso de percepción para comprender su funcionamiento y poder distinguir los elementos esenciales que allí intervienen y que habrá que tomar en cuenta para el resto de la tesis, enfocándome principalmente en la cuestión de la percepción visual

y sus procesos. Las aportaciones y comprensiones del fenómeno de percepción y más específicamente de percepción visual, se hicieron a través de la lectura de libros como “Sensación y percepción” de A.R. Luria; “Percepción y comunicación” de D.E. Broadbent y “Psicología de la Percepción” de Vernon, entre algunos otros.

Podemos comenzar diciendo que la percepción es un proceso que comienza siendo un proceso nervioso que permite al organismo, a través de los sentidos (vista, oído, tacto, gusto y olfato), recibir, elaborar e interpretar la información proveniente de su entorno. Para aquellos que no estamos acostumbrados a estos términos, puede existir una confusión y solemos llamar de igual manera a las sensaciones y a las percepciones, sin embargo cabe mencionar que Sensación y Percepción no son lo mismo. Podemos

simplificar las cosas diciendo que la sensación es un mero proceso receptivo de los sentidos en forma de impulsos, mientras que la percepción es algo más que eso, es el conocimiento y proceso mental de las respuestas sensoriales a los estímulos que las excitan. Es gracias a la percepción que distinguimos y diferenciamos unas cosas de otras; nuestro ser del resto mundo, nuestra realidad de las cosas externas a nosotros mismos. Sin el proceso mental que implica la percepción, los signos sensorios serían sólo desorden, formas complicadas y complejas sin sentido. Sin embargo el proceso de percepción es algo muy complejo y lleno de implicaciones que siguen siendo estudiadas por distintos campos de conocimiento. El proceso de percepción pasa por diversas etapas que podemos aislar de manera artificial para comprender el fenómeno, sin embargo en la realidad estas etapas suceden

prácticamente simultáneamente y no pueden existir las unas sin las otras, es pues un proceso sumamente complejo, y la percepción visual es sólo una de las distintas percepciones que tenemos del mundo pero que nos permitirá comprender mucho acerca de él puesto que como lo hemos visto ya, es la vista el sentido con mayor importancia para nosotros los seres humanos.

Estamos habituados a pensar que la retina recibe una imagen del mundo exterior que luego es transmitida al cerebro, y que esta imagen es semejante a la que se forma en la película de una cámara fotográfica. Pero lo que realmente llega al cerebro es un conjunto estructurado de impulsos nerviosos, cuya frecuencia corresponde más o menos al brillo de la luz que recibe el ojo.²⁷

La “primera etapa” de la percepción es

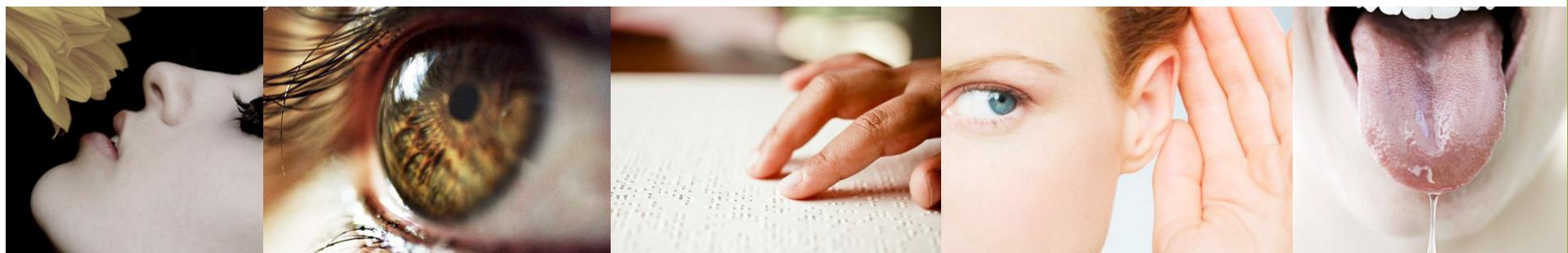
²⁷ M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p11

entonces bajo la forma de una serie de impulsos estimulados por la luz en cuanto a la percepción visual, por los sonidos para la percepción auditiva, por olores que llegan a nuestras glándulas olfativas para el olfato etc.; estos impulsos más o menos fuertes provocan reacciones en nuestros sentidos que son transmitidas a nuestro cerebro. Esta etapa (que aislamos de manera artificial para lograr su comprensión) es totalmente física, fisiológica, biológica y tiene que ver con cómo están formados nuestros sentidos y la condición en que estos se encuentran. Es decir si nuestros órganos están bien formados, si no tenemos alguna deficiencia, si tenemos todo lo necesario para recibir estos estímulos y que nuestros sentidos obtengan la excitación necesaria para sentirlos y

pasar a la “segunda etapa” que permitiría entonces que hablemos de percepción y no solamente de sensación.

Si nos quedáramos en esta etapa, el mundo sería para nosotros una serie de manchas, olores, sabores, ruidos y texturas sin sentido, sin coherencia.

El hombre vive no en un mundo de manchas luminosas o cromáticas aisladas, de sonidos o contactos independientes, vive en un mundo de cosas, objetos y formas, en un mundo de situaciones complejas; cuando percibe las cosas que le rodean en casa o en la calle, los árboles y las hierbas en el bosque, las personas con quienes se relaciona, los cuadros que contempla y los libros que lee, invariablemente se trata no de sensaciones sueltas, sino de imágenes íntegras; el reflejo de dichas imágenes rebasa los marcos de las sensaciones aisladas, tiene como soporte



el funcionamiento mancomunado de los órganos de los sentidos y la síntesis de sensaciones sueltas en complejos sistemas de conjunto.²⁸

(...) primero se percibe el contorno, después los principales rasgos internos, el color y el brillo. Y luego comienza el proceso de clasificación e identificación.²⁹

La percepción es el primer proceso cognoscitivo a través del cual los seres humanos captamos información de nuestro entorno; usamos esta información, que está implícita en las energías que llegan a los sistemas sensoriales, para formarnos una representación de la realidad física externa. Por ejemplo, a través de los rayos de luz, nuestro sentido de la vista codifica la información sobre la distribución de la materia en el espacio

28 A.R. Luria, *Sensación y percepción*, Ed. Planeta, México 1994, p.58

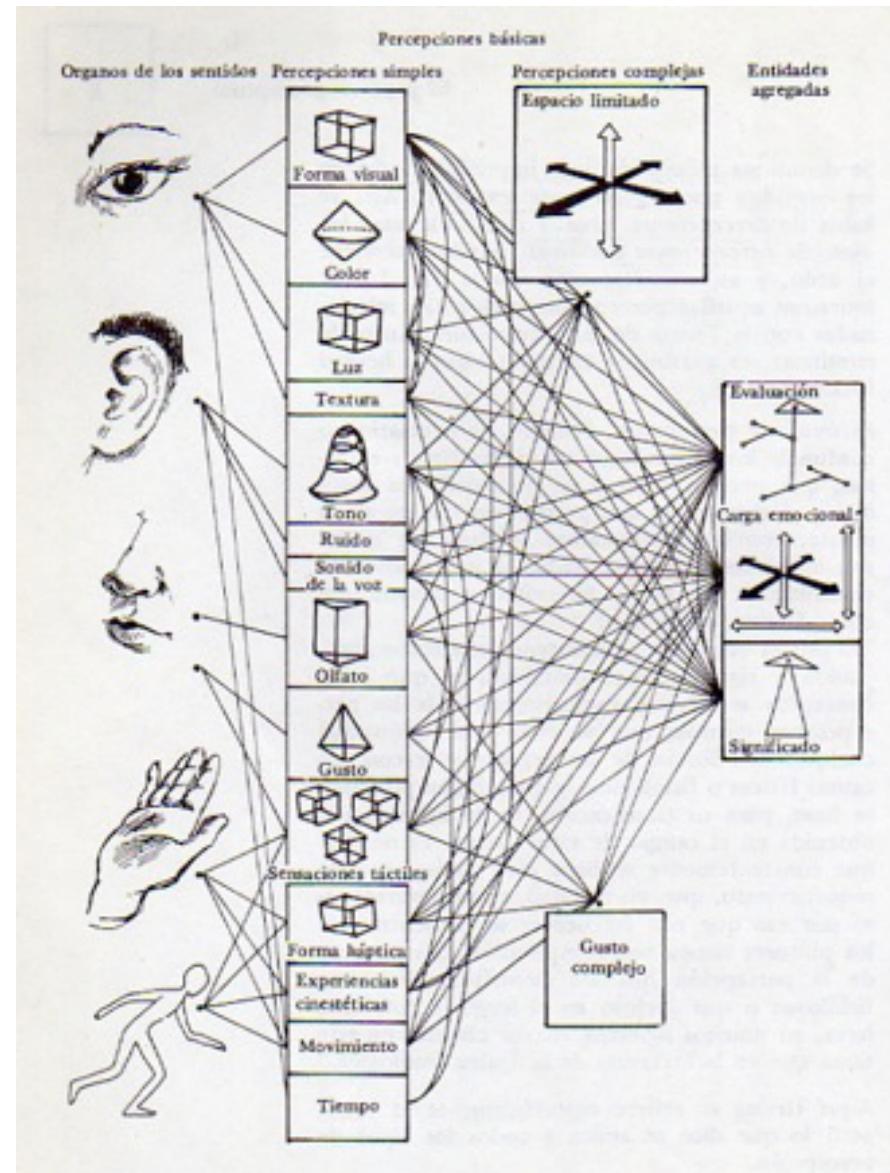
29 M. D. Vernon, *Psicología de la percepción*, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p31

y en el tiempo, permitiendo así obtener una representación de los objetos en el espacio, su movimiento y su emisión de energía luminosa, es decir la materia con que están hechos y la cromática que tienen. Es a través del proceso de la percepción que se genera en los seres humanos una representación interna de lo que sucede en el exterior a modo de hipótesis que se irán comprobando con la experiencia. Lo que sentimos en un primer momento son las cualidades intrínsecas de los objetos del exterior, sin embargo, como ya lo mencionamos, es artificioso separar la imagen material de la inmaterial puesto que todo pertenece a un mismo proceso, del cual no percibimos ni el inicio ni el final.

Cabe destacar, tal como lo hace A.R. Luria en este fragmento de su libro, que todos nuestros órganos, y por lo tanto nuestros sentidos, están conectados internamente entre sí de alguna forma y a su vez

están conectados a nuestro cerebro. Las sensaciones, y en un segundo tiempo (por tratar de aislar nuevamente el proceso de manera artificial) las percepciones que tenemos del mundo se forman entonces a través de la conjunción de los impulsos y su interpretación de todo lo que captamos con nuestros cinco sentidos y que es procesado por nuestro cerebro. Es decir que estas Imágenes íntegras, como él les llama, son resultado del procesamiento de todos los impulsos y sensaciones obtenidos a través de nuestros cinco sentidos en algún momento por nuestro cerebro, con respecto a un objeto, persona o situación.

Para ésta “segunda etapa del proceso” el cerebro usa la información que llega a los receptores y la va analizando “paulatinamente” (cosa que sucede en fracciones de segundo!), utilizando toda la información que tiene y que ha ido almacenando previamente; desde



EL HOMBRE Y SU PERCEPCIÓN DEL AMBIENTE URBANO de Sven Hesselgren, Ed. Limusa, 1ª Ed.1980, México D.F.

la información que viene desde nuestra memoria genética, hasta la experiencia empírica y cotidiana de las cosas. Todo esto ayuda a la interpretación y a la formación de la representación en la mente de imágenes mentales con respecto a los objetos que percibimos.

Estas imágenes mentales de la realidad se generan utilizando la información almacenada en las energías, procedimientos internos para decodificarlas e información procedente de la memoria que ayuda a terminar y completar la decodificación e interpreta el significado de lo recuperado, dándole significado, sentido y valor a cada cosa, persona o espacialidad que nos rodea. Estas imágenes mentales resultado de las percepciones que obtenemos del mundo que nos rodea son la materia prima. Podemos decir que las imágenes que nos formamos de la ciudad, lo que llamamos

la Imagen Urbana es formada de esta misma manera.

La Imagen Urbana es entonces como decía la definición al inicio del capítulo, *el conjunto de percepciones que tenemos de nuestro entorno*, imágenes mentales de éste que son procesadas para su total entendimiento y conocimiento. No olvidemos por eso que si estamos entendiendo a la Ciudad como un sistema y un lenguaje, somos NOSOTROS los que lo estamos leyendo, según los códigos que hayamos establecido.

Por tanto, entre la proyección de esta imagen visual en el cerebro y nuestra plena conciencia del mundo de los objetos, se intercala una serie de complejos procesos mentales que convierten la imagen visual en la percepción del mundo como la conocemos.³⁰

30 M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p12

Sin embargo estos complejos procesos mentales que conforman lo que ahora hemos visto como el proceso de percepción no pueden aislarse del hecho que el ser humano está totalmente inmerso desde su tierna infancia en una sociedad con reglas y una determinada estructura que condicionan nuestra forma de pensar y percibir el mundo. El proceso de comunicación, el lenguaje y su aprendizaje condicionan (tal y como lo vimos en el primer capítulo) nuestro conocimiento y entendimiento del mundo. ¿Cómo la sociedad y la cultura intervienen en este proceso? ¿Es realmente una cuestión determinante en la forma en cómo percibimos la imagen de la ciudad y en consecuencia de la forma en cómo actuamos en ella?



Mediante la percepción, la información recibida del exterior se recopila por todos los sentidos, se procesa en el cerebro, y se forma entonces la idea, la imagen mental de un objeto, lugar o persona. Es posible sentir distintas cualidades de un mismo objeto (forma, color, textura, dimensiones, etc...) y mediante la percepción, unir las, identificar de qué objeto provienen, y precisar a su vez que éste es un objeto con ciertas características ante el cual podemos actuar de determinada manera. Es importante recalcar aquí la importancia que tiene en este proceso la experiencia previa o nula frente a dado objeto, persona

o situación; la experiencia y memoria de ello son parte primordial en la formación del proceso de percepción. Por otro lado, nada nos es dado de forma aislada, aunque queramos sólo VER un objeto y definirlo por su forma o color, también influye en nosotros lo que percibimos con los demás sentidos.

Al final la percepción última que tendremos de ese objeto será el resultado de un conjunto de estímulos recibidos por nuestros cinco sentidos, además de

*una cosa es el mundo exterior
y otra la imagen mental que
nos hacemos de él a través de
nuestros sentidos y nuestro
cerebro*

lo que podamos sumarle con respecto a nuestra memoria, nuestra situación, la ubicación del objeto, el entorno del

mismo, nuestro estado de ánimo, etc. Así el proceso de percepción no es nunca instantáneo. Esto no significa que transcurra mucho tiempo entre que recibimos a través de nuestros sentidos los impulsos del exterior e identificamos el objeto en cuestión y decidimos actuar conforme a este; de hecho entre más hayamos “convivido” previamente con dicho objeto, persona o situación su percepción se hará cada vez más rápida. Pero el hecho de decir que la percepción no es algo instantáneo se refiere más bien a que es un proceso que se hace en etapas, entrelazadas e imposibles de aislar físicamente pero que se han podido identificar para comprender el fenómeno; y que lo que existe en el exterior, en el mundo y lo que percibimos de él no son

*Vemos el mundo a través
de un conjunto de imágenes
conceptuales*

forzosamente la misma cosa. Podríamos decir que: una cosa es el mundo exterior y otra la imagen mental que nos hacemos de él a través de nuestros sentidos y nuestro cerebro.

El mundo exterior, y dentro de él la Imagen Urbana, son constructos mentales elaborados por los efectos estimulantes del entorno pero que pasan por un proceso mental que puede distorsionar en mayor o menor grado la realidad. Podríamos resumir el proceso diciendo que primero recibimos los estímulos, los filtramos, sigue un proceso de interpretación de los mismos, de asociación y estructuración para lograr saber e identificar qué es lo que percibimos y cómo actuar frente a eso. Vemos el mundo a través de un conjunto de imágenes conceptuales de allí que

podamos decir que el mundo no es algo fijo, una sola realidad, son millones y millones de realidades en las que sin embargo existe una coincidencia.

El mundo es algo que vamos construyendo conforme conocemos y conforme crecemos, conforme el ser humano va haciendo historia y memoria.³¹

¿Pero qué proceso ocurre en el cerebro que permite la identificación de los objetos? ¿Cómo es que personas distintas puedan percibir lo mismo? ¿Qué rol juega entonces la sociedad y la cultura en este proceso de identificación y comprensión del mundo exterior?

En muchos estudios hechos a los cuales se refieren gran parte de los libros que tratan el tema de la percepción, los resultados arrojan que la mayoría de las

³¹ Fernando Zamora Águila, Filosofía de la Imagen, E.N.A.P., 2008, p116

personas perciben un mismo objeto de la misma manera. Esto es controversial y puede explicarse de distintas formas; la primera podría ser la siguiente:

Uno de los muchos temas controvertidos en psicología de la percepción es la medida en que todos perciben de modo similar el medio, y el grado de divergencia que puede existir entre las percepciones. Concordamos con que muchos de los tipos perceptivos que hemos estudiado se asemejan en la mayoría de las personas. La percepción del brillo, del color, de la forma, del tamaño, de la cantidad, de la distancia, del movimiento, está determinada en medida considerable por las actividades de los órganos sensoriales y del sistema nervioso.³²

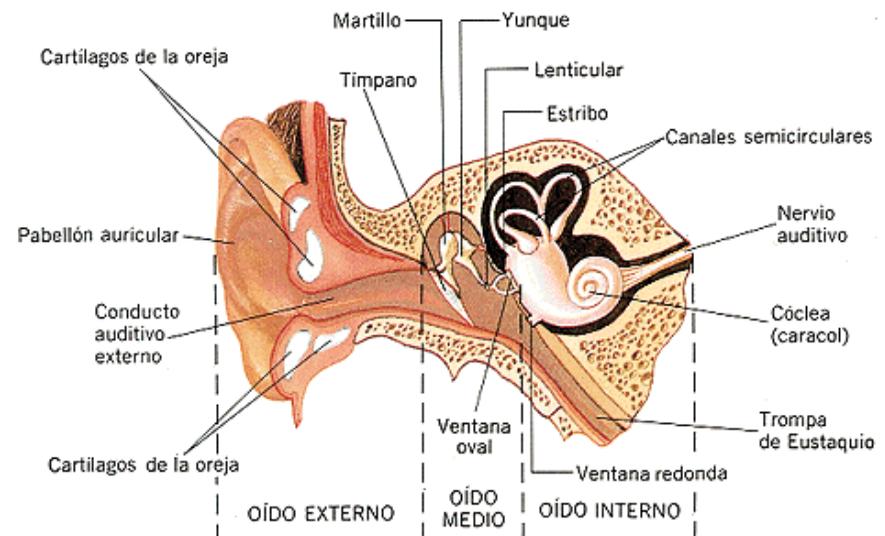
En tanto que lo percibido se define en gran medida por los órganos sensores es que podemos hablar de una similitud en la forma de lo que se percibe del

³² M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p252

mundo exterior. Es decir: todos tenemos los mismos órganos sensoriales, sus características físicas y biológicas son las mismas, su funcionamiento es el mismo y por lo tanto un mismo estímulo externo como un rayo de luz, un sonido, un olor, activarán los órganos y los mismos canales de la misma manera para todos, causando así el mismo efecto físico en los sentidos en distintas personas. Sin embargo esto sólo nos habla de los estímulos a nivel físico y biológico. Por ejemplo, las ondas sonoras que se propagan por el aire se introducen al oído que recoge los sonidos y vibraciones conduciéndolos a través del canal auditivo hacia el tímpano; las ondas sonoras hacen que el tímpano vibre; los tres huesecillos del oído medio transmiten y amplifican las vibraciones hacia la ventana oval del oído interno; en el oído interno un líquido estimula las terminaciones nerviosas llamadas “células ciliadas”; éstas envían finalmente

impulsos eléctricos a través del nervio auditivo hasta el cerebro. Este proceso es el mismo para todos y por lo tanto un mismo estímulo provocará las mismas reacciones de este órgano en todos y por lo tanto una similitud en lo que todos percibamos. En pocas palabras: nuestros órganos funcionan para todos de la misma manera y esa es una causa por la cual todos percibimos las cosas de forma similar.

Sin embargo esta primera etapa de la percepción en su parte física no explica del todo el porqué percibimos de la misma

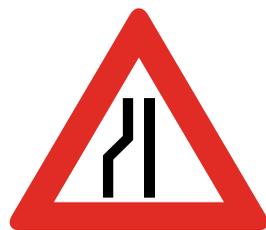


manera, es decir porque asumimos una misma postura por ejemplo ante tal o cual ruido, ante tal o cual imagen, hecho o situación. El proceso de percepción como lo hemos visto es mucho más complejo e implica un proceso de identificación, comprensión y reacción ante los hechos u objetos del mundo que nos rodea. Es entonces importante comprender que el hecho físico de cómo funcionan nuestros organismos no son la explicación (al menos no la explicación única) del porqué interpretamos un impulso de la misma manera.

Aquí se vuelve fundamental entonces la idea de que la educación, la sociedad y la cultura son parte determinante de la forma no en cómo percibimos sino en cómo interpretamos lo que percibimos y por lo tanto en cómo actuamos frente a un objeto, una persona, una situación.

La sociedad nos rige en cuanto a lo “correcto” y “socialmente aceptado” de los comportamientos a seguir frente a un tipo de situación dada. Esto se aprende desde pequeños y se aplica de manera ya inconsciente y prácticamente automática a lo largo de nuestras vidas. Se trata de CONVENCIONALISMOS y ACUERDOS SOCIALES que permiten al ser humano establecer una serie de reglas para una convivencia lo más “armoniosa”, amistosa o al menos lo más tolerante posible, para evitar el caos y dar un cierto orden a la sociedad y sus integrantes. Estos convencionalismos permiten estructurar a la sociedad y a todos los tipos de relaciones que en ella se dan.

Podemos aquí hacer un acercamiento a lo que se comentaba en el capítulo I acerca de los sistemas de valores usados como referencia en cuanto al lenguaje.



Una palabra no es nada por sí sola; adquiere sentido cuando está dentro de un campo de palabras, se valora, se compara, se clasifica; entonces podemos saber qué es, conocer sus opuestos, sus grados etc. Por ejemplo una persona alta en oposición a una baja, una rubia en oposición a una morena etc. De la misma manera funcionaría esta síntesis de sensaciones que se procesarían para dar un uso convencional a lo que vemos o escuchamos. Por ejemplo las luces de un semáforo, o todo tipo de señales de tránsito. Por sí sola una luz roja no tiene un sentido particular, o bien cada quien podría darle un sentido cualquiera; es sólo por convención y por su integración en un sistema de comunicación urbano que se vuelve un código con un significado particular y sabemos que significa ALTO.

(...) La mayoría de las personas pertenecientes a cualquier sociedad humana percibe los mismos hechos y objetos, y los utiliza de una manera similar. En la infancia se adquiere la capacidad de percibir con claridad y precisión esos hechos y objetos, de clasificarlos de acuerdo con la nomenclatura socialmente aceptada y de reaccionar ante ellos de modo semejante. Todos aprendemos también algo acerca de las relaciones espaciales y temporales de estos objetos. De modo que gran parte de nuestra experiencia perceptiva nos es común a todos.³³

Así la memoria de lo aprendido desde la infancia juega un papel primordial en el proceso de percepción. Se empieza por reconocer las imágenes visuales de objetos usuales y recurrentes en nuestra vida cotidiana, que llegan al

33 M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p253



cerebro, que se reiteran innumerables veces y que permiten que el proceso se vuelva entonces cada vez más rápido e inconsciente. Esto sucede para objetos, olores, sabores, persona y también para espacialidades.

En verdad, es posible que todo el proceso se cumpla sin que haya conciencia de él, como en muchas de las situaciones en las que actuamos automáticamente. En ellas el proceso de clasificación según la pauta del comportamiento adecuado se produce sin que reflexionemos, pues se ha vuelto habitual, automático y eficaz como resultado de una frecuente experiencia.³⁴

Se aprende a abstraer las cualidades esenciales que caracterizan a los objetos y definen sus identidades al tiempo que se clasifican y hacen categorías, según sus formas, características físicas, usos y funciones. Pero todo de acuerdo a una

³⁴ M. D. Vernon, *Psicología de la percepción*, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p32

convención social en cuanto a los usos apropiados de cada cosa, de cada espacio, y a las relaciones e interacciones que se pueden tener con ellos. Aprendemos por ejemplo lo que es un tenedor, cuáles son sus características físicas, su clasificación, su relación con otros objetos, más allá de sus materiales o particularidades, y sabemos y aprendemos ante todo cuáles son sus usos apropiados e inapropiados. Lo mismo sucede entonces para los espacios públicos; sabemos cómo debemos comportarnos en un parque, cuáles son sus reglas, lo que podemos o no hacer allí, tal vez no porque no se pueda hacer otra cosa (no habría un impedimento físico para ello) sino porque los convencionalismos sociales, las reglas de conducta no nos lo permitirían. De allí que consideremos que la cultura y la sociedad en la que estamos inmersos sean determinantes en la forma en cómo percibimos el mundo y sobre todo

en cómo actuamos en él. La manera como comprendemos un espacio, como lo percibimos y la interpretación que tenemos de él determina la Imagen Urbana de una ciudad y a su vez, la Imagen Urbana que nos formamos es entonces determinante para nuestro modo de actuación; las dos cosas son indisolubles.

Sin embargo por otro lado podríamos igualmente argumentar que la percepción de un mismo objeto o lugar puede ser distinta no sólo para personas distintas sino para una misma persona en momentos distintos de su vida. Esto querría decir nuevamente, que hay procesos mentales que sobrepasan el proceso que llevan a cabo los órganos sensoriales y que son determinantes en la forma en cómo percibimos el mundo que nos rodea. La etapa en la que “mentalizamos” lo que reciben nuestros

sentidos, en la que ésta información, éstos impulsos son procesados y se completan las percepciones inmediatas del mundo, se hace apelando a la razón, la memoria y a la imaginación al igual que a los deseos y las emociones; todo ello pueden ser factores que modifiquen las percepciones, inclusive de una misma persona en momentos distintos de su vida frente a un mismo impulso, llámese objeto u espacio.

Cuando evaluamos y apreciamos lo percibido, y decidimos si es agradable, útil, de buena construcción, desagradable



o dañino, intervienen también en la experiencia perceptiva una variedad de sentimientos y emociones. (...) En algunos casos pareciera que los sentimientos se asocian estrechamente a las imágenes.³⁵

Así, la situación en la que nos encontramos, las personas que están en ese momento con nosotros, las razones por las cuales estamos en determinado lugar, nuestros estados de ánimo, entre otras cosas más, influyen también, además de la cultura, la sociedad y la educación en las que estamos inmersos,

35 M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p35

en la forma en cómo percibimos el mundo. Los valores que tenemos, en todos los sentidos de la palabra es decir: qué es lo que valoramos y qué no, al igual que los valores morales y de educación que se nos han inculcado forman parte, junto con nuestros intereses, de las cosas que afectan nuestras percepciones del mundo; eso hace que nos enfoquemos y pongamos más o menos atención en ciertas cosas, ciertos elementos y en cómo los evaluamos y entendemos. Todos estos elementos forman parte de cuestiones culturales que son determinantes en la forma como vemos el mundo.

Como lo comentábamos en el primer capítulo, establecimos la importancia del lenguaje para la delimitación y comprensión del mundo. De igual forma podemos ver que para la percepción y la Imagen Urbana, el lenguaje es esencial.



La adquisición del habla y el lenguaje facilita mucho el aprendizaje de la clasificación de los objetos según sus cualidades de aspecto, comportamiento y uso. (...) El nombre se convierte en una parte de su experiencia del objeto. (...) Descubre entonces que algunos nombres corresponden a clases de objetos que se parecen en su aspecto y comportamiento.

Se ha demostrado que el dar un nombre al objeto, aunque sea con poca precisión, puede afectar la manera como se percibe en el momento y como se lo recordará en el futuro.³⁶

El lenguaje es parte esencial de nuestra cultura, el código más importante de ella y por lo tanto la manera de nombrar las cosas que nos rodean nos predispone en cuanto a nuestro acercamiento hacia los objetos, lugares o personas y por consecuencia a nuestro comportamiento.

³⁶ M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p22, p35

Dentro de la comunicación y en este caso lo que tratamos de proponer como comunicación entre la ciudad y sus habitantes a través de la Imagen Urbana, el lenguaje sigue siendo primordial. Las imágenes son procesadas en nuestra mente a través de las palabras y éstas denotan y connotan ciertas cosas que provocan la creación de ciertas imágenes mentales que tienen como resultado la creación de lo que llamamos la Imagen Urbana. Ésta última es entonces el resultado de una representación mental hecha a través de la percepción.

Así, la IMAGEN URBANA no es lo PRESENTE de esa ambientalidad, es sólo la REPRESENTACIÓN de aquello; puede llegar a ser resultado de la percepción de una ambientalidad ausente, puede ser la representación de una ambientalidad no sentida, sino emergida de las imágenes ambientales urbanas retenidas; así como también producto de meras intuiciones

productivas de lo ambiental urbano.³⁷

La Imagen Urbana no tiene forzosamente que coincidir al cien por ciento con la realidad material tangible y comprobable científicamente ubicada frente a nosotros, la Imagen Urbana es muchas veces una realidad según como la sentimos, percibimos y procesamos según nuestros estados de ánimo, historia, memoria, recuerdos, anhelos, vivencias, experiencias y lo que se nos ha dicho de ella, todo esto en un determinado momento del tiempo.

La forma en cómo percibimos las cosas depende entonces básicamente de dos factores: de la parte física del proceso, es decir, del buen funcionamiento de nuestros órganos; y de la parte mental, o de interpretación, que a su vez podríamos

dividir en dos, por un lado la educación que hemos adquirido y que depende directamente de la sociedad y cultura en las que estamos inmersos y que nos predisponen o nos enseñan a un cierto tipo de gustos, valores, acciones, y reacciones ante las situaciones cotidianas, y por otro lado la parte emocional que puede modificar (dentro de un rango también dado por la educación y la cultura) nuestra percepción y por lo tanto visiones y reacciones ante el mundo y las situaciones que nos rodean.

³⁷ García Olvera Héctor, De la imagen urbana y los efectos en la salud, Octava Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2010.



Hemos visto como la ciudad, y por ende lo urbano, por sus características intrínsecas y extrínsecas (nacimiento, ubicación, traza, estructura, edificios, espacio público, pero también sus habitantes, su economía, su cultura, entre miles de cosas más), se define por una gran complejidad en todos sus ámbitos. La cantidad de seres humanos aglomerados en un mismo lugar, con una diversidad de actividades, y una estructura urbana que debe cumplir con un sin número de usos y funciones para un buen funcionamiento de la sociedad y el bienestar de sus habitantes, hacen de su estructura y su sistema de

funcionamiento algo titánico, una red interconectada a millones de variables todas dependientes unas de otras, todas con consecuencias unas sobre de otras. Más allá de la complejidad de lo urbano y de la forma en como ésta se nos presenta y cómo la podemos entender; existe la complejidad derivada de los usos y funciones que deben tener, pueden tener y finalmente tienen los espacios dentro de la ciudad, de los cuales hablaremos más adelante; y finalmente tenemos la

hasta qué grado y de qué manera los usuarios y la complejidad social tienen el poder de transformar una ciudad y sus espacios

complejidad derivada de los mismos usuarios y la sociedad.

La gran cantidad de ciudadanos, cada uno con deseos y necesidades tanto como simples individuos o como grupos, con intereses la mayoría de las veces encontrados, hacen vital para nosotros el tratar de entender la función que cumplen los habitantes de la ciudad en la creación, adaptación y transformación de la ciudad y la forma en cómo lo hacen. Al final podemos asegurar que la ciudad está hecha por sus ciudadanos, los usuarios de la misma, que la hacen, moldean, transforman, usan y abandonan a su antojo y conforme a sus necesidades y conveniencias.

Es entonces importante comprender hasta qué grado y de qué manera los usuarios y la complejidad social tienen el poder de transformar una ciudad y sus espacios.

Cuando hablamos de una ciudad, ésta se encuentra anclada en una ubicación con

características geográficas específicas que ya de por sí determinan mucho de su forma y características. Además de eso, la ciudad se encuentra inmersa en una región y también en un país. Estos datos nos dan entonces ya una serie de determinantes en cuanto al tipo de sociedad que allí vive, en cuanto a sus creencias, su cultura, y todo aquello derivado de eso; es decir, su idioma, sus valores, su alimentación, sus modos de vivir, costumbres y tradiciones, el tipo de construcciones, etc. Una cosa no podría concebirse sin la otra.



Así, los usuarios de una ciudad suelen tener muchas cosas en común, cosas que los distinguen de otros habitantes de latitudes y paralelos distintos; al tiempo que los unen a otros más. Y es que los usuarios pertenecen a una sociedad dada que les inculca a través del sistema de educación una serie de valores, de visiones del mundo y también y sobre todo de conductas. Es a través de la educación que recibimos desde la infancia, que entendemos qué cosas y qué conductas son de “buena o mala educación”. Para nosotros por ejemplo se nos es inculcado que “las cosas se piden por favor!” y al recibirlas “se dan las gracias!”, esto no es válido para otras sociedades, otras culturas. En una escala más urbana, por ejemplo en los metros de Europa es una

costumbre muy anclada que al subir o bajar por las escaleras eléctricas uno se orille del lado derecho para dejar pasar a la gente que toma las escaleras pero lleva prisa y las va subiendo. Aquí ese tipo de conductas no se dan, por mucho que seamos grandes usuarios del metro, las costumbres son otras.

La educación recibida no forzosamente se refiere a la que recibimos en casa o en la escuela; todo lo que vemos, lo que escuchamos es parte de nuestra educación, y parte de lo que absorbemos para saber comportarnos en nuestra sociedad. Los medios masivos, los discursos políticos, lo que se decide decir u ocultar a la población en cuanto a los acontecimientos diarios, los edificios que se mantienen y los que se decide



derribar, los monumentos e hitos, en fin, todo termina siendo parte de esta educación que permite que nos movamos con comodidad dentro de una sociedad, puesto que somos parte y conocemos y compartimos el mismo código de conducta.

La experiencia nos enseña cuáles son los usos de las casas, las tiendas y los demás edificios. Nos enseña también el modo de reaccionar ante objetos que se mueven.³⁸

Este tipo de comportamientos básicos tienen importantes consecuencias en la forma en como vivimos nuestra ciudad, en como queremos que sea, en como la imaginamos y la construimos. Por ejemplo para la sociedad mexicana, los mercados, verbenas, tianguis son algo común e importante en nuestras vidas, son parte de nuestro cotidiano y de la

³⁸ M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p10

manera en como concebimos nuestra vida diaria, y por ende deben haber espacios dedicados a eso.

El estado, el gobierno, los medios de comunicación y todo el sistema de la sociedad, ayudan a la construcción de una serie de Imaginarios Colectivos de distintas índoles; desde lo que usualmente llamamos “la historia oficial” que es

El estado, el gobierno, los medios de comunicación y todo el sistema de la sociedad, ayudan a la construcción de una serie de Imaginarios Colectivos

aquella que queda impresa en los libros de texto y que aprendemos en la escuela, los museos etc., hasta los reglamentos y leyes que rigen nuestra conducta en la sociedad. Todos estos constructos

mentales se vuelven imaginarios colectivos que ayudan a los ciudadanos a comprender un cierto código de conducta y a pertenecer a una sociedad.

Pese a que los ciudadanos somos una masa de individuos muy distintos entre sí, con vivencias, estatus sociales y económicos, gustos e intereses variados que podemos o no coincidir en cuanto a opiniones políticas, religiosas, deportivas, personales, sexuales, en fin..., las diferencias pueden ser miles; al nacer y crecer dentro de una sociedad, una cultura, una educación, estamos expuestos desde pequeños a una serie

de usos y costumbres, a una serie de olores, sabores y formas de vivir y habitar los espacios que son característicos de nuestra cultura y nacionalidad. La música, la comida, la manera de ver el mundo nos es inculcada desde pequeños; es posible tener por alguna u otra razón influencias ajenas a esta cultura sin embargo será siempre nuestro marco de referencia para todo lo que hagamos. La variedad y gama de diferencias entre cada individuo es infinita sin embargo también son muchas las cuestiones que nos unen y hacen que podamos establecer un código de conducta similar para todos los ciudadanos.

Para hacer la ciudad debemos entonces comprender todas estas diferencias y establecer reglas y códigos de conducta que permitan una convivencia pese a todo ello. Existen varios dichos y varias reglas que permiten esta convivencia: “El respeto al derecho ajeno es la paz”, “tu



libertad termina hasta donde empieza la mía”, y la regla de oro en la democracia siendo que la mayoría manda. Se busca el bienestar social, el bienestar de toda la ciudadanía, sin embargo, lo que ayuda a unos suele afectar a los intereses de otros, y es prácticamente imposible obtener un consenso total, sino sólo de una mayoría.

Más allá de la gran cantidad de usuarios y la complejidad social que esto conlleva, es decir el interminable número de interrelaciones y conexiones que existen entre cada individuo, cada actividad; el hacer ciudad requiere de una visión global de lo que se desea para la sociedad en su conjunto, saber lo que la gente quiere, piensa, cómo vive y como desea hacerlo para poder aportar soluciones en cuanto a sus espacios y usos.

La forma, el uso, la apropiación de los espacios es consecuencia directa de todo esto: de cómo se ha creado la ciudad, de

cómo ha ido creciendo pero siempre con base en la sociedad y los usuarios que la habitan.

Existe entonces un común denominador en la forma en como percibimos nuestra ciudad. Si es cierto que hay lugares que pueden ser emblemáticos de manera muy personal por alguna vivencia o experiencia que se haya tenido, es verdad también que hay lugares de la ciudad que quedan dentro de nuestra consciencia como un constructo del imaginario colectivo, en el que se intenta tener y dar lugares de referencia a los ciudadanos, lugares emblemáticos que además juegan un papel importante en la orientación

**TODOS SOMOS
PEATONES**



El Gobierno del Distrito Federal a través de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, así como la Autoridad del Espacio Público se complacen en invitarlos a las actividades en torno al

DÍA DEL PEATÓN

de los mismos dentro de la ciudad, en la construcción de su historia, de sus raíces, y de la idea misma que nos hacemos acerca de la ciudad.

Todas las campañas publicitarias que hablan de la ciudad están enfocadas en cambiar o modificar algún aspecto de esta visión a escala masiva, por lo general se desea poner en valor algún nuevo aspecto, algún nuevo hito, algún espacio que se busca sea revalorado por la ciudadanía ya sea por su historia, su riqueza, su nuevo uso, etc.

La variabilidad en el tiempo de las formas, espacios y objetos son el resultado de la complejidad social y de los usos que se les otorga; y que provocan cambios drásticos en la percepción de los espacios y por lo tanto de la imagen urbana.

Hay ciertas clases de situaciones, hechos u objetos que percibimos a lo largo de

toda la vida, por lo común con apreciable eficacia. La más importante de ellas la constituyen nuestras relaciones espaciales con el medio circundante, y las relaciones espaciales entre las diversas partes de éste. Tal vez no tengamos clara conciencia de tales relaciones, hasta que sucede algo que las altera de manera insólita. En tal caso, nuestra desorientación, y la confusión que nos produce, indican prontamente cuántas cosas habíamos percibido de manera marginal.³⁹

Vernon explica en parte de su libro la importancia que tiene el entendimiento de nuestro entorno, las imágenes mentales que nos hacemos de él, de los sitios por los cuales pasamos todos los días, para orientarnos y al mismo tiempo eso construye la imagen urbana de nuestro entorno cercano y de toda la ciudad. Aunque hayan lugares de la ciudad que no conocemos, el nombre

³⁹ M. D. Vernon, Psicología de la percepción, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, p63

o las referencias que tenemos de ellos crean una imagen en nuestras mentes. De igual manera explica este fenómeno Kevin Lynch en su libro “La Imagen de la Ciudad”:

El medio debe hablar de los individuos y su compleja sociedad, de sus aspiraciones y su tradición histórica, del marco natural y de las funciones y los movimientos complejos del mundo urbano. Pero la claridad de la estructura y la vividez de la identidad son los primeros pasos para el desarrollo de símbolos vigorosos.”⁴⁰

Para Kevin Lynch la ciudad es una construcción de todos, que se hace y se deshace en todo momento su construcción y modificación no tienen principio ni fin y por lo tanto es algo sin real control. Por eso para crear una imagen de ella, es decir algo fijo, al menos por un momento, se debe tener un papel

⁴⁰ Kevin Lynch, La Imagen de la Ciudad, GG Reprints, 5ª Ed.2001, Barcelona, P. 146

activo y tratar de entender que la ciudad ES lo que sus habitantes perciban de ella no importa si eso “encaja” o no con la realidad, al final esa ES la realidad.

“Todo ciudadano tiene largos vínculos con una u otra parte de su ciudad, y su imagen está embebida de recuerdos y significados”⁴¹

Así obtenemos una visión parcial, fragmentada, mezclada con otras preocupaciones, pero que termina siendo la imagen de la ciudad. Por ello

⁴¹ Kevin Lynch, La Imagen de la Ciudad, GG Reprints, 5ª Ed.2001, Barcelona, P. 9



es de suma importancia poder tener claro los usos y funciones de los Espacios Públicos, puesto que son ellos (tal y como lo vimos en el capítulo anterior) los que conforman la ciudad y el uso que tienen y que deberían tener son vitales para entender la visión y el constructo mental que se forma de la imagen de la ciudad.

Pero si los caracteres, atributos, y componentes de la imagen de esa espacialidad urbana son resultado de la percepción de los individuos y de la interpretación de la sociedad en su conjunto, ¿existe la real posibilidad de que esta Imagen urbana sea mejorable?

¿Qué relación se da entre la Imagen Urbana, la legibilidad y el entendimiento de lo espacial público? ¿En qué nos ayuda el entender esta relación para comprender el espacio que nos rodea y la forma en que nos apropiamos de él?



capítulo 3

El comportamiento espacial





En los capítulos anteriores hemos establecido la importancia del lenguaje para los seres humanos como seres sociales; por lo mismo, tratamos de explicar y comprender el significado de varias palabras para poder partir de una misma base y del entendimiento común sobre los fenómenos que aquí abordamos. Hemos también establecido la importancia de un tipo específico de lenguaje: el lenguaje visual a través de la imagen, y cómo ésta se compone tanto de imágenes y reproducciones tangibles como de constructos mentales. Los constructos mentales o también llamados imaginarios colectivos están basados en el

resultado de acuerdos sociales, de reglas y leyes establecidas comúnmente para el buen funcionamiento de la sociedad.

La cuestión de la percepción de los objetos, de las personas, de las situaciones y de la espacialidad ha sido también abordada poniendo especial énfasis en que es de la percepción de las cosas que nace el comportamiento hacia ellas, después de haber pasado por un proceso de análisis y de aprendizaje social y cultural.

Según lo que pudimos analizar y comprender en el capítulo anterior, la imagen que tenemos y nos hacemos de las cosas marca, delimita y establece la relación que tendremos con el objeto, lugar o persona con el/la que estamos. Esto significa entonces que existe un vínculo obligatorio entre el espacio o la espacialidad (que es en este caso lo que nos importa, más que las personas u objetos en sí) y la imagen que nos

hacemos o tenemos de ella.

Esto nos lleva a hacer una pausa y analizar lo que es para nosotros el Espacio y lo que conlleva .

existe un vínculo obligatorio entre el espacio o la espacialidad y la imagen que nos hacemos o tenemos de ella.

Empecemos por aclarar que vivimos, habitamos y nos movemos en el espacio, es decir que nos encontramos en algún lugar determinado. De igual manera entonces, nuestros cuerpos ocupan un espacio, un lugar, estemos o no conscientes de ello.

Una de las concepciones más comunes es la de pensar el espacio como algo

vacío, un recipiente, un receptáculo tridimensional que se llena con cosas, objetos, personas, plantas etc.... pero al fin y al cabo un vacío al que le vamos dando forma con edificios, calles y muros que van delimitando “los espacios” o “el espacio” dándole forma y sentido ante nuestros ojos. Pero por consecuencia, este vacío tendría características inteligibles e inaprensibles para los sentidos.

Según Newton, el espacio tiene las siguientes propiedades: es infinito, es homogéneo y es inmóvil; por lo que para Newton, el Espacio tendría una dimensión carente de sentido para el hombre y sus propiedades serían Universales y establecidas a priori. El espacio está, existe y tiene características que son dadas, poco importa si las conocemos o entendemos. Es algo externo a nosotros e independiente, tiene sus propias reglas y características. Para los seres humanos, es a través de los sentidos que introducimos

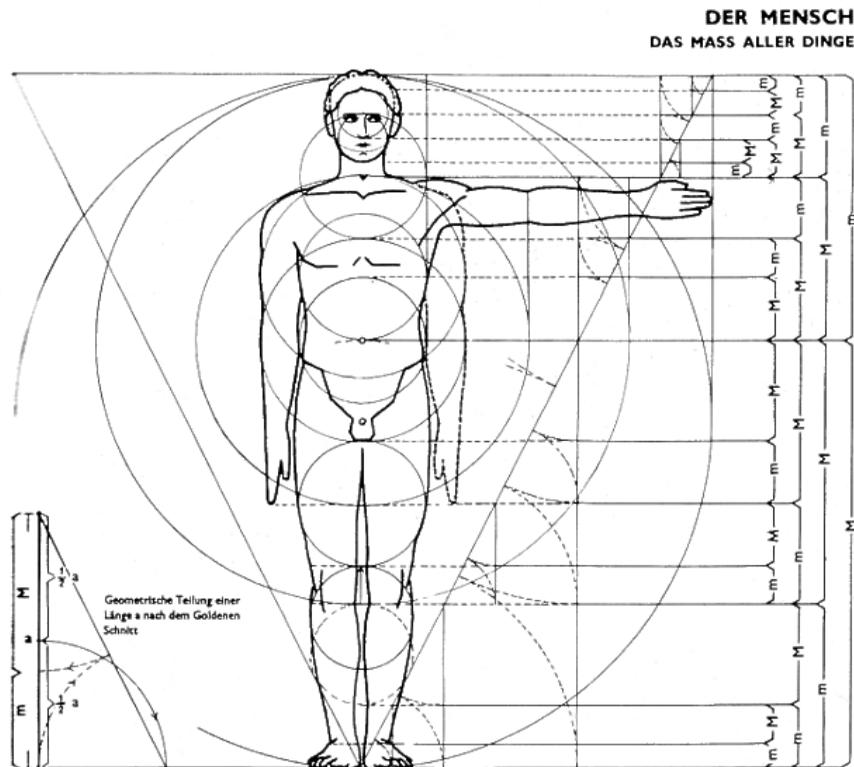
el espacio en nuestra experiencia, como algo que es parte de nuestra vida diaria pero que pocas veces comprendemos del todo o que simplemente no paramos a pensar o reflexionar en él.

La idea del espacio físico Euclidiano refuerza esta concepción del espacio y es de hecho la concepción del espacio que durante años nos han inculcado en las escuelas, al concebirse como una

estructura física del mundo también a priori. Según esta idea, existiría entonces un Espacio Absoluto que se puede conocer, sentir, percibir, y significar desde la perspectiva de lo humano.

Sin embargo hoy en día, esta visión del espacio ha sido rebasada ya por otros filósofos y científicos y nos encontramos ahora con una nueva visión y un nuevo entendimiento del espacio y del mundo. El espacio ya no es entendido como algo dado, algo absoluto y aislado o independiente de otras variables, por el contrario, se relaciona por lo pronto y por ejemplo, con la cuestión del tiempo.

Así, para Jean Piaget, la percepción de tiempo y espacio son conceptos adquiridos durante las primeras etapas del desarrollo intelectual. Según Piaget, las nociones de tiempo y espacio son básicas para el ser humano para entender su ubicación en



el mundo y poder relacionarse con los objetos que le rodean. El niño aprende que aunque no vea un objeto, es posible que esté allí, el objeto existe, sólo que ya no se encuentra al alcance de su mirada. También aprende que un mismo objeto puede tener varias caras, y que se le puede mover o no en el espacio, en fin, el niño aprende las características de los objetos y la relación que se puede tener con el.

La experiencia va provocando un entendimiento en cuando al tiempo y el espacio, en cuando a que los seres humanos y los objetos nos movemos en el tiempo y el espacio y las cosas cambian con respecto a estas dos variables, sin que por ello no exista una lógica y lo veamos como un caos.

“Sólo el grado de objetivación que el niño atribuye a las cosas nos informa sobre el grado de exterioridad con que asume el espacio.” Por tanto, “el espacio

es pues, el producto de la interacción entre el organismo y el medio, en la que no se podría desasociar la organización del universo percibido y la de la actividad propia.”⁴²

La visión de Jean Piaget sobre estos fenómenos subraya el hecho que existen dos dimensiones: la dimensión personal, que está delimitada por la piel de nuestro cuerpo y está conformada por nuestro cuerpo mismo, de la piel hacia adentro, lo que podemos pensar, sentir, percibir de nosotros y de lo exterior. Esa sería la segunda dimensión para los seres humanos: la que va de la piel hacia fuera, y engloba todo, todo lo que no es parte de nosotros, simplemente Lo Exterior.

Así, desde edades tempranas, queda la experiencia espacial entrelazada con todo aquello que no es la corporeidad del sujeto, sino la manifestación de su

⁴² Piaget Jean, La construcción de lo real en el niño , Nueva Visión, Buenos Aires, 1982, p196

exterioridad.

Esta dualidad Exterior/Interior marca y define toda nuestra existencia en todos

*(la) dualidad Exterior/Interior
marca y define toda nuestra
existencia en todos sus aspectos*

sus aspectos, puesto que todo lo exterior lo vivimos, sentimos, percibimos a través de nuestro interior. Hay un vínculo indiscutible entre estas dos dimensiones, están unidas indisolublemente y marcan toda nuestra existencia.

El espacio y las cosas que nos rodean aunque son para nosotros externas, son vividas a través de nuestro cuerpo y pasan por todo el proceso de sensación y percepción que explicamos en el capítulo anterior. Nuestro cuerpo podría asemejarse entonces a un filtro por el cual

toda la exterioridad pasa para ser vivida e interpretada por nuestra interioridad.

Existe entonces una estrecha relación entre las experiencias que tenemos, y que se traducen en percepciones de los lugares y espacios en los que vivimos y transitamos, y la imagen que nos formamos de ellos. Cada nueva experiencia, cada aprendizaje, cada recuerdo son parte de un bagaje, de este filtro que nos acompaña por el resto de nuestras vidas y que delimitan y dan forma a todo lo que hacemos y conocemos. Basados en esta visión de las cosas entenderíamos entonces al espacio (como a todo lo demás que nos rodea y con lo que vivimos y convivimos) como un producto de la percepción humana y por consiguiente ya sería imposible, al menos para esta tesis, seguir pensando el espacio como un Espacio Absoluto que está vacío y debe llenarse, delimitarse, o

darle forma, sino que lo entenderemos como una serie de percepciones de todo aquello que nos rodea, cuya relación entre ellas es indisolubles unas de otras y que son siempre cambiantes con el tiempo.

El espacio, en esa condición de su experiencia nos sirve como albergue y refugio, y al pensarlo de esa manera puede concebirse de cualquier forma, menos vacío. El espacio así, desde su experiencia, siempre estará lleno, siempre será una organización determinada. Una determinada disposición de las cosas y es por tal disposición que en principio, un espacio puede llegar a distinguirse de otro.⁴³

El espacio, y más específicamente en este caso el Espacio Urbano, quedaría como la construcción, siempre en proceso y

⁴³ Miguel Hierro Gómez, Del concepto del espacio a la Espacialidad, Cuarta sesión, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.

siempre cambiante, de la Imagen Urbana tanto de manera física como mental, que a su vez sería la causante y provocadora de ciertos comportamientos humanos.

La Imagen Urbana como resultado de la percepción de los ciudadanos establece un vínculo muy importante entre la ciudad y sus espacios y la forma en cómo los ciudadanos habitan, viven y se apropian de ellos; es decir que es el vínculo del comportamiento que los ciudadanos tienen con respecto a estos espacios. Estos comportamientos, como una reacción ante su percepción, pueden ser (y casi siempre de hecho lo son) meramente inconscientes. Son conductas aprendidas social y culturalmente que ya no cuestionamos, ni reparamos en ellas, pero que son consecuencia directa de la percepción y del aprendizaje que tenemos y hemos tenido de las cosas.

Existe entonces una correlación entre: el ciudadano que al ver y percibir un espacio,

y bajo la influencia de la sociedad, la educación que recibió y la cultura, decide y reacciona de alguna manera; y el espacio que puede ser visto como algo dado pero que es más bien un constructo mental, una imagen de él, y es ésta imagen la que mueve y provoca al ciudadano a actuar de alguna forma. Podríamos simplificar diciendo que existe una relación directa entre Espacio/Imagen/Comportamiento. Cada uno se alimenta, depende e influye al otro.

Pero entre más clara sea la relación entre estos elementos más clara será su co-dependencia y más fácilmente podremos definir qué imágenes son construidas con respecto a qué espacios, y qué conductas provocan.

Para ello Kevin Lynch afirma que se debe tener una “Imagen Eficaz”. Ésta dependería de:

- la posible IDENTIFICACIÓN de un objeto,

es decir cómo lo podemos distinguir de otros. Los objetos deben ser entonces entidades separables, cada cosa debe tener una identidad en nuestras mentes para poderla distinguir de otras cosas que la rodean.

- Su RELACIÓN ESPACIAL con el observador y con otros objetos, ¿En dónde se encuentra este objeto?, arriba/abajo/a un lado de qué?, frente a/detrás de qué?, etc...

- y finalmente su SIGNIFICADO práctico y emotivo, ¿para qué sirve la cosa y qué significado le doy yo a parte de su mero uso?, a qué me remite?, qué me representa? ⁴⁴

Estos tres elementos permiten comprender qué es lo que el ser humano necesita para poder percibir, analizar e interpretar de manera adecuada una

⁴⁴ Kevin Lynch, La Imagen de la Ciudad, GG Reprints, 5ª Ed. 2001, Barcelona, P. 17

imagen. Lynch continúa explicando que el ser humano toma en cuenta, en esta evaluación de los objetos, la FORMA. Se puede caer en lo que llamaríamos una evaluación estética formal, es decir una evaluación de la forma “pura” del objeto sin ir más allá, es decir sin pensar en su significado. Pero este ejercicio de evaluación estética formal, debe ser algo consciente e intencional, puesto que en el proceso “normal” e inconsciente de la percepción de los objetos, el análisis siempre culmina con una interpretación y significación.

Por otro lado Lynch aborda el tema del SIGNIFICADO dirigido a lo urbano, es decir refiriéndose meramente a lo arquitectónico. Establece que para realizar una evaluación estética arquitectónica, se estaría evaluando el modo en que la forma del objeto arquitectónico indica su función. La idea de Lynch siendo finalmente que la forma debe

REFORZAR el significado y no NEGARLO, pensando siempre en que debe existir una coherencia y que es ésta coherencia la que permitiría una “Imagen Urbana Eficaz” es decir acorde a la conducta que deseamos se provoque en los habitantes.

Sin embargo en este análisis de forma y significado, no debemos olvidar o dejar a un lado la CARGA EMOCIONAL para los individuos. Ésta carga puede ser muy distinta según el sujeto ciudadano, sin embargo, tal como lo vimos en el capítulo anterior, la sociedad ya está formada por consensos, reglas y acuerdos acordes a la cultura; y la educación y los medios



de comunicación son herramientas que ayudan a reforzar estos acuerdos sociales que se traducen también en imaginarios colectivos y que dan una carga emocional que podríamos llamar “de base” para todo aquello que nos rodea. A la par que se da ésta que llamaremos “carga emocional base”, se otorga entonces un significado al objeto u espacio dado. Así cada espacio tiene ya de entrada una significación dada por nuestra sociedad. Ya sería entonces además de esta “carga emocional base” que cada individuo, por

experiencias personales le sumaría una “carga emocional personal” al lugar, u objeto dándole así también un significado personal.

Los espacios, que podríamos también llamar escenarios de nuestra vida, son lugares que están entonces de entrada semióticamente marcados. La sociedad y la cultura les han dado una significación y como consecuencia poseen una serie de signos que rigen como ley mediadora y referencia para la acción de los ciudadanos. Hay signos tan comunes como los de tránsito, los señalamientos de salida, de baños etc... pero hay otros que no son explícitamente signos y sin embargo están cargados de un significado y rigen una acción muy concreta; por ejemplo una reja alrededor de un jardín en un parque que impide nuestro ingreso al mismo, o por el contrario, la ausencia de reja que nos invita entonces



a permanecer y sentarnos en el pasto. Mobiliario, luces, vegetación, muros y rejas o la falta de todo esto son algunas de las cosas que interpretamos de forma inmediata ante la percepción que tenemos de un espacio y que provocan en nosotros una acción determinada. Los signos y señales en el espacio y más específicamente en el Espacio

podemos decir que somos analfabetas del espacio. No creemos que en él haya una denotación posible. Las cosas aún siguen siendo para nosotros meras cosas

Publico que es en donde podemos ver las cosas con más claridad, se vuelven reguladores morales de las acciones y los comportamientos de los ciudadanos.

Es en el Espacio Público que se vuelve evidente el comportamiento que es o no adecuado para la sociedad en la que uno se encuentra, se vuelven evidentes las reglas, las leyes y los lineamientos ya sea que estén escritos o sean meras costumbres.

Las señales visuales urbanas dispuestas en el Espacio Público dan la pauta en cuanto a la organización y orientación de la ejecución de una serie de prácticas en los usuarios ciudadanos. La ciudad cumple así, a través de sus características físicas y sus habitantes con una función educadora de los ciudadanos.

La cuestión es que rara vez nos paramos a pensar en ello, y las autoridades no suelen tener mucha información o formación al respecto. Por ello podemos decir que somos analfabetas del espacio. No creemos que en él haya una denotación posible. Las cosas aún

siguen siendo para nosotros meras cosas. No comunican nada, del mismo modo que el espacio no dice nada, excepto tal vez su función. Todo aspecto humano, (el comportamiento, la sensación, la percepción o la significación) sigue siendo pensado como algo posible gracias a la existencia de un “Espacio Absoluto” y preexistente superponiéndose a éste que es el que vivimos.

De manera que sólo si deja de ser aprendido como físico y euclidiano, con propiedades universales, es como el espacio podrá convertirse en un hecho inherentemente de sentido al estar su dimensionalidad ligada a la manera en como se aprehenden y constituyen simbólicamente los objetos y a las posibilidades de acción que se pueden desplegar para abordarlos.

Según Henri Poincaré el espacio no es un constructo hipotético de la ciencia sino

una mera convención.⁴⁵

La idea sería entonces comprender que debemos mirar las cosas con una nueva visión, y que existe una intervención por parte del ser humano en la dimensión espacial. Ésta es el producto de la actividad mental del ser humano con respecto a los intereses, necesidades y acciones concretas entremezcladas con sentimientos, emociones y visiones tanto personales como sociales.

Es en el Espacio Público que se manifiesta y asienta de manera clara el tipo de deontología que nos gobierna a todos como comunidad: el modo de relación que establecemos con las normas y las leyes jurídicas, las formas de comprensión y de reacción ante la desmesura individual o colectiva, el poder efectivo del Estado

45 Salcedo Marco Alexis, Caicedo Silvia Cristina, “El espacio público como objeto de estudio en las ciencias sociales y humanas”, Revista Científica Guillermo de Ockham, Vol. 6, No. 1. Enero-Junio de 2008.

para regular y encausar a sus ciudadanos, las estrategias que se valoran como válidas para reclamar justicia y dignidad, el tipo de reclamos que podemos hacer y a quienes hacerlos.

Pero no debemos perder de vista que éste es un proceso BILATERAL entre Observador/Observado. Por un lado el observador interpreta la imagen pero por el otro permite fortalecer la imagen mediante artificios simbólicos, esto significa que existe la posibilidad de REEDUCAR a quien lo percibe o REMODELAR el entorno!

“El observador escoge, organiza y dota de significado lo que ve. Las imágenes son resultado de un proceso bilateral entre observador y su medio ambiente.”⁴⁶

Si el Espacio Público educa, es debido entonces a que los ciudadanos

⁴⁶ Kevin Lynch, La Imagen de la Ciudad, GG Reprints, 5ª Ed.2001, Barcelona, P. 15

3.2

Tipos de comportamiento: La Identidad y La Apropiación

[]

tienen actividades reguladas, entre otros, por la autoridad de una institución que es reconocida como válida al mediar y garantizar la práctica. Hablemos entonces que uno de los roles del estado es justamente ese, mediar y garantizar estas prácticas y derechos de los ciudadanos, y uno de los tantos medios utilizados es la ciudad y sus espacios públicos.

La ciudad es tan cambiante, tan llena de posibilidades en cuanto a su transformación diaria y continua que es el marco perfecto para el surgimiento de nuevas normas, de nuevas reglas, de nuevos conceptos que se quieren inculcar en la sociedad y en la cultura y que pueden ser empleados como una referencia

mediadora para nuevas prácticas o para nuevas concepciones de las actividades que se realizan en un contexto específico. Esta información es pertinente en la medida que comprendemos que permite el correcto desarrollo de políticas válidas en la cultura ciudadana para el espacio público, esto, resaltando la relación existente entre el espacio urbano y los modos de comportamiento de los sujetos ciudadanos y usuarios sociales y las apropiaciones de las condiciones urbanísticas de ciertos espacios.

Vemos entonces que las políticas urbanas, basadas en la sociedad y cultura deben ser encaminadas según los comportamientos que se quieren obtener de los ciudadanos y usuarios de los espacios y de la cultura social que se quiere inculcar y debemos comprender que estas políticas se verán reflejadas en la Imagen Urbana que a su vez influirá en el ciudadano y en su conducta.

El hablar de la conducta de los ciudadanos en el espacio, y más específicamente en

estas políticas se verán reflejadas en la Imagen Urbana que a su vez influirá en el ciudadano y en su conducta

el espacio público, tiene como finalidad el tratar de aclarar ciertos supuestos que se dan por sentados o que se dan sin que tomemos consciencia de ello.

Al investigar un poco sobre la conducta humana en el espacio, el libro de Edward T. Hall “La dimensión oculta” fue de gran ayuda, porque además en él se trata el tema desde el punto de vista de la comunicación, que es exactamente lo que hemos venido haciendo a lo largo de esta tesis.

El tema principal de este librito es el

espacio personal y social y la percepción que el hombre tiene de él. [...] la comunicación es el meollo de la cultura y aun de la vida misma. [...] Los medios arquitectónicos y urbanos que crean las personas son manifestaciones de este proceso de tamización y filtración.⁴⁷

Así, Edward T. Hall propone e investiga temas como la etología (que estudia el comportamiento de los animales en libertad o en condiciones de laboratorio) y la proxémica (que describe las distancias medibles entre las personas mientras estas interactúan entre sí, y se refiere al empleo y a la percepción que el ser humano hace de su espacio físico, de su intimidad personal; de cómo y con quién lo utiliza). A lo largo de su libro pasa de la conducta animal a la del ser humano sin olvidar o recalcar que el ser humano es finalmente un animal y que muchas de

⁴⁷ Edward T. Hall, La dimensión oculta, Siglo veintiuno Editores, 19ª Ed.1999, México, p 7-8

sus conductas son similares y parten de los mismo principios.

Existen dos hilos conductores del libro de Edward T. Hall, que son: la cuestión de la comunicación y con ella la idea de la necesidad de una IDENTIDAD, y el concepto de TERRITORIALIDAD que rige gran parte de nuestras conductas como seres humanos. Y son estos dos comportamiento los que trataremos más a detalle para lograr comprender un poco más el vínculo entre el Espacio público, su Imagen, y los comportamientos provocados en el ciudadano.

Es importante recalcar que estos dos términos y comportamientos no fueron escogidos al azar, sino que tienen importantes implicaciones en todo lo que hacemos los seres humanos, en nuestra

conducta diaria y en la forma en como lo hacemos.

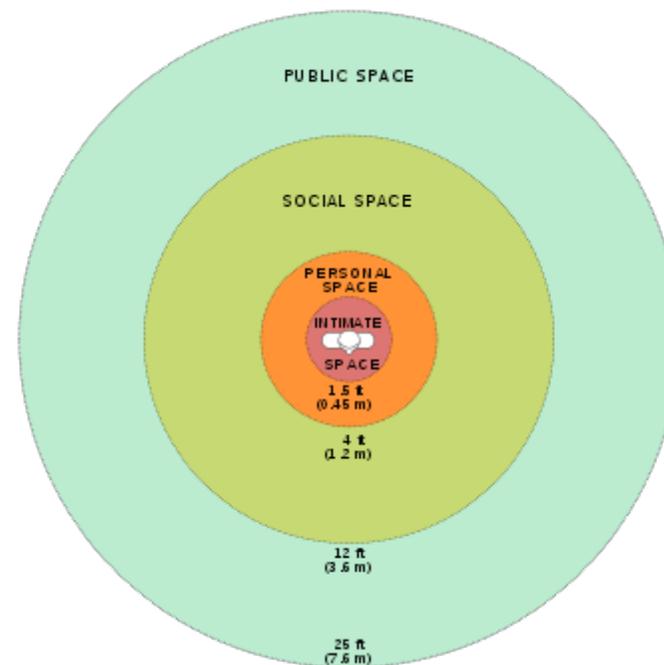
El ser humano es un ser social que necesita saberse identificado; y la cultura es la herramienta que usamos puesto que es generadora de Identidades; es a través de ella que se hacen y deshacen, y que se consolidan los grupos. La cultura separa, diferencia, distingue cada diversidad al tiempo en que une a los iguales. Pero este es un comportamiento natural y genéticamente programado en el hombre que busca identificarse. De allí que podamos decir que es la cultura la que determina la forma de los espacios, de los ambientes, puesto que a través de ella se definen las reglas de comportamiento y modos de uso de los espacios.

La idea es entonces considerar esta



necesidad de identidad y de estructura en nuestro mundo perceptivo ejemplificando esto en el complejo y cambiante medio urbano. La complejidad que denota lo urbano, tal y como lo vimos en el capítulo anterior, permite que la estructura que se le dé sea un marco de referencia para todos los ciudadanos en cuanto a todo tipo de comportamientos. Es decir que en lo urbano, la identificación del sujeto ciudadano con el sitio permite que se den distintos tipo de comportamientos, pero todo inicia con una percepción de sentirse identificado. Por ejemplo, con el sentimiento de identificación hacia un espacio, el ciudadano puede dar un segundo paso: su apropiación; nos apropiamos de lo que conocemos, lo hacemos nuestro, parte de nuestra vida, de nuestra experiencia y eso se queda en nuestra memoria para experiencias futuras, el espacio es también entonces un recurso nemotécnico para los tipos

de apropiación y uso de los mismos y los comportamientos derivados de ellos. Es pues a través de las imágenes visuales que se logra fraguar el sentimiento de identidad y de allí que sea tan importante el que pongamos especial énfasis y cuidado a la imagen que tenemos de nuestros espacios y ambientes de la ciudad, puesto que será a través de ellos que pueden o no darse ciertas acciones, ciertas conductas y de quererlo, cierto cambios para mejorar la sociedad en la que vivimos.



El segundo tipo de comportamiento esencial para la comprensión de la vida y de la imagen urbana es el sentimiento de territorialidad. Edward T. Hall dice:

La territorialidad suele definirse diciendo que es el comportamiento mediante el cual un ser vivo declara característicamente sus pretensiones a una extensión de espacio, que defiende contra los miembros de su propia especie.⁴⁸

Este comportamiento se da de manera muy marcada en cierto animales, pero como sabemos los seres humanos no estamos exentos de él. Para los animales la territorialidad garantiza entre otras cosas, la propagación de la especie regulando la densidad de población, para los seres humanos esto no es forzosamente verdad sin embargo si existe un fuerte arraigo del hombre a su tierra, sus raíces o lo que puede llamarse también sus dominios.

⁴⁸ Edward T. Hall, La dimensión oculta, Siglo veintiuno Editores, 19ª Ed.1999, México, p14

El hombre también es territorial y ha inventado muchos modos de defender lo que considera su tierra, su campo, su espacio.⁴⁹

De esta forma en el ser humano el sentimiento de territorialidad está fuertemente ligado a un sentimiento de dominio. El hombre es dueño y señor de sus tierras. La idea suena para nosotros mucho más rural, se suele asociar esto con ideas más antiguas, de haciendas y caciques, de grandes extensiones de tierra, de sembradíos, de granjas etc... sin embargo este sentimiento existe también en la ciudad, pero su manifestación es de una índole totalmente distinta. En la ciudad defendemos el territorio con muros, rejas, mallas, sistemas de alarma, y armas entre tantas cosas más... pero no estamos hablando únicamente de

⁴⁹ Edward T. Hall, La dimensión oculta, Siglo veintiuno Editores, 19ª Ed.1999, México, p17

la propiedad privada, de nuestra casa u hogar, de aquello que nos pertenece porque tenemos un papel que lo dice, un título de propiedad que lo avala; el territorio urbano, el espacio público suele también tener dueño.

Los grupos sociales, bandas, por lo general de jóvenes, marcan sus territorios con graffitis y pintas de todo tipo; los microbuseros y camioneros invaden las calles en doble y triple fila y se apropian de ellas; los comerciantes ambulantes extienden su pedazo de tela, instalan sus puestos improvisados de cajas y fierros y toman las banquetas; los colonos de una calle deciden cerrarla y evitar el paso de otros ciudadanos; todos estos son ejemplos de territorialidad que conllevan al mismo resultado que el sentimiento de identidad: LA APROPIACIÓN DE LOS ESPACIOS.

Edward T. Hall explica que la territorialidad:

Proporciona el marco dentro del cual se hacen las cosas: lugares para aprender, lugares para jugar, lugares para ocultarse. Coordina así las actividades colectivas y mantiene unidos a los grupos.⁵⁰

La territorialidad es entonces una parte importante de cómo se vive y se expresa la cultura en la cuestión espacial y en cuanto a la relación que se tiene entre los seres humanos y los grupos. La forma en que expresamos la territorialidad en la ciudad, que abarca una parte importante

⁵⁰ Edward T. Hall, La dimensión oculta, Siglo veintiuno Editores, 19ª Ed.1999, México, p14



de cómo expresamos la cultura de nuestra sociedad y nuestros puntos de vista al respecto, influye en su imagen; si decidimos o no poner rejas, o muros, o plantas, si ponemos letreros, etc... todo eso influye en como percibimos la ciudad y por consecuencia en la forma en como la vivimos y deseamos reaccionar y que los demás reacciones frente a lo que estamos poniendo.

El papel del territorio es básico en la determinación de un sistema de comportamiento.

[en la ciudad] se distingue cuidadosamente entre propiedad privada, territorio del individuo, y propiedad pública, territorio del grupo.⁵¹

Estas distinciones de propiedad que ya habíamos abordado en el primer capítulo, junto con la cuestión de los usos y funciones de los espacios son

51 Edward T. Hall, La dimensión oculta, Siglo veintiuno Editores, 19ª Ed.1999, México, p15

cuestiones básicas para comprender el tipo de territorialidad que se puede dar en un espacio y el tipo de apropiación del mismo. Un espacio público no tendrá las mismas características físicas ni provocará la misma percepción que un lugar privado, lo mismo sucederá si un espacio público es destinado para un uso deportivo o cultural o si es destinado para la movilidad de los habitantes de la ciudad. Todos estos parámetros deben de tomarse en cuenta a la hora de querer analizar un espacio, cual es la imagen que se espera de él según sus características dadas y el porqué entonces su imagen está provocando tal o cual comportamiento y si es o no el comportamiento que se desea provocar.

[...] cada representación individual es única y tiene cierto contenido que sólo rara vez o nunca se comunica, pese a lo cual se aproxima a la imagen pública que, en diferentes ambientes, es más o menos

forzosa, más o menos comprensiva.⁵²

Kevin Lynch explica aquí lo que habíamos comentado con anterioridad en cuanto a cómo la percepción es totalmente subjetiva, es algo completamente interno y que para el ser humano es además sumamente difícil de explicar. Pero pese a eso existe, gracias a que estamos inmersos desde siempre y sin notarlo siquiera en una cultura y una sociedad, un proceso homogeneizador de esta percepción, que permite una “Imagen Pública” coherente y más o menos igual para todos. Y aunque no se comunican explícitamente las representaciones individuales, existe una forma de conocerlas, y es lo que hemos tratado de explicar con esta

⁵² Edward T. Hall, La dimensión oculta, Siglo veintiuno Editores, 19ª Ed.1999, México, p18

tesis: la APROPIACIÓN Y FRECUENCIA DE USO muestran la percepción que la ciudadanía y en particular cada individuo tiene de un espacio, no son las palabras sino las acciones las que nos muestran la percepción que se tiene de un espacio. Las actitudes y comportamientos son el reflejo de la percepción de la imagen urbana en cada individuo.

Según la perspectiva del espacio que vimos al inicio del capítulo en la que el espacio se enseña como siendo un vacío por ser llenado, es lógico que la acción derivada directamente de esta visión sea la de la OCUPACIÓN y que ésta sea la acción primera que los seres humanos desarrollarán sobre este. En efecto, vimos que aunque esta visión ha sido



ampliamente rebasada, es la que sigue prevaleciendo en nuestras escuelas y en nuestra formación y en consecuencia es la visión predominante en nuestra cultura. Esto implica que las acciones y reacciones que tenemos frente a los espacios van acorde a esta idea.

AL ESPACIO SE LE APROPIA.

AL ESPACIO SE LE APROPIA. No es un acto de creación el que opera como acto fundante, sino un acto primordialmente de dominio sobre lo natural, sobre lo a priori, lo dado.

No es un acto de creación el que opera como acto fundante, sino un acto primordialmente de dominio sobre lo natural, sobre lo a priori, lo dado. ¡Luego

vendría la ley arbitrariamente a decir si es legal o no esa ocupación!



Hablando sobre cuestiones como la apropiación de los espacios, sus usos y funciones, su imagen, etc... es que me parece pertinente llegar y terminar este capítulo haciendo una reflexión sobre la ciudad y su calidad de habitabilidad. ¿qué es lo habitable? ¿cómo se transmite? ¿cómo puede cambiarse?

Será fundamental entonces aclarar qué entendemos y cuál es el concepto básico que tenemos de la cuestión de la habitabilidad.

Pensemos entonces de entrada que por habitabilidad entendemos todo aquello

que se refiere a la calidad habitable de un lugar, de un espacio; es decir a su carácter y condición de ser habitable, de poderse habitar o si se prefiere de poder permanecer. La idea del tiempo está entonces indisolublemente ligada a la idea del habitar. Cuando habitamos un espacio, vivimos en él, es decir permanecemos en él.

¿qué es lo habitable? ¿cómo se transmite? ¿cómo puede cambiarse?

Para ello vienen después cuestiones como el sentimiento de protección y de seguridad que debemos tener para poder permanecer en un sitio y habitarlo, pero de entrada esos son factores que no siempre están presentes. Las condiciones óptimas de habitabilidad devienen de la idea de vivir en un espacio en los que podamos satisfacer, como seres humanos,

las necesidades básicas para nuestra conservación y permanencia como especie. Así, necesitamos de un espacio en el que tengamos alimentos, cobijo, seguridad, privacidad, sociabilidad, en fin una serie de elementos que son los óptimos para que esta habitabilidad se dé en las mejores condiciones y podamos vivir con bienestar y gozo. No olvidemos que parte importante de esta habitabilidad se da a través de la Imagen Urbana; si ésta se deteriora, entonces también lo hará la habitabilidad. Estas calidades del habitar no siempre están presentes y en ciertos casos en la ciudad podemos hablar de una crisis de habitabilidad.

Las cualidades de los espacios que

la ciudad es habitables en TODOS sus espacios, los públicos y los privados, y el ser humano NECESITA de los espacios públicos para vivir y pervivir

hemos visto y que serían las óptimas para poder hablar de una habitabilidad, nos hacen referencia casi de manera automática a un espacio privado, íntimo o interior. Cuando hablamos de lo habitable, hablamos de la habitación, o de la “casa

habitación”, hablamos del hogar, de nuestra casa y de todo lo que es privado.

Pero existe una relatividad importante en

estos términos. Por ejemplo, el pasillo de una oficina puede ser “exterior” a esta, pero al “salir” puede que estemos aún en el “interior”, de allí que debemos tomar con precaución y cierta relatividad términos como Exterioridad e Interioridad.

Aún así, el punto a destacar sería que la ciudad es habitables en TODOS sus espacios, los públicos y los privados,

exteriores o interiores y que el ser humano NECESITA de los espacios públicos para vivir y pervivir. No olvidemos, tal y como lo comentamos en el primer capítulo, que el ser humano es ante todo un ser social, con múltiples actividades que realiza en grupo dentro de la sociedad, y que la ciudad es el escenario que le permite llevar a cabo estas múltiples actividades.

¿Es habitable la ciudad? Si tomamos por principio que la habitabilidad deviene de una cuestión temporal en cuanto a la permanencia, entonces podemos decir que el permanecer, el vivir en la ciudad ES habitarla. Podemos estar por distintos periodos de tiempo en distintos lugares de la ciudad, más en unos que en otros, pero al final seguimos y permanecemos en ella, y por lo tanto la habitamos. La

cuestión no sería entonces si la ciudad es habitable o no, sino ¿qué calidad de habitabilidad ofrece en sus distintos espacios? ¿Qué hace que unos espacios sean más habitables que otros? O dicho en mejores términos, ¿qué hace que queramos permanecer más en algún lugar a diferencia de otros? Podemos hablar que existen diversos grados de habitabilidad y que es en los espacios públicos en los que podemos apreciar plenamente estos grados y deducir así cuáles son las cualidades que permiten mayor o menor permanencia.

El Espacio Público como espacialidad urbana es el reflejo fiel de la habitabilidad urbana. No olvidemos que en ellos es donde la cultura se hace presente, vista como “todo aquello que es producido por el ser humano” y que es o que afecta,



condiciona y determina las conductas y comportamientos de los integrantes de la sociedad y en este caso de los ciudadanos.

¿Cuál sería entonces la importancia y que función desempeñan, el espacio público y la imagen urbana en la habitabilidad de la ciudad?; ¿Cómo debe entenderse y cuáles son las características del espacio urbano público y la imagen de la espacialidad urbana?; ¿Cuál es la relación entre la imagen urbana y la legibilidad y o el entendimiento de la ciudad?; ¿Cuál es la reglamentación o los criterios normativos que rigen a las autoridades del sector público, a las empresas o a particulares y que inciden en esto de la imagen de la ciudad? ⁵³

Que la espacialidad urbana ha de ser, en el sentido primario espacial, como

⁵³ García Olvera Héctor, Algunas notas sobre la Habitabilidad en la ciudad, Novena Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.

la habitación externa de todos o la casa de muchos; el espacio habitable para la colectividad. Y que, en él deberán poderse desenvolver múltiples y disímbolas actividades como las del traslado, la conducción, el transporte y la movilidad; las de la comunicación, el conocimiento colectivo y la sociabilización o reunión entre personas; la convivencia y la convivencia, el desarrollo de la producción cultural, el entretenimiento colectivo, la conservación partícipe de la memoria y la historia de la producción colectiva; el desempeño de los juegos, el deporte y el desarrollo de la salud colectiva; el contacto y gozo de la colectividad con la naturaleza; fundamentalmente el de la producción, la distribución, el abasto y la comercialización de los insumos de consumo necesario para la colectividad; etcétera, etcétera. ⁵⁴

Digamos que la habitabilidad y su imagen son tanto causa como efecto, consecuencia de la demanda de pervivencia y resultado

⁵⁴ Op. Cit.

de la amalgama de las necesidades y deseos colectivos. Así podríamos decir que ha sido la cultura la que ha forjado la imagen urbana y la misma espacialidad, respondiendo a las múltiples actividades, deseos y necesidades, resultado de la vida en sociedad; y que la imagen urbana no sólo ha sido el resultado de un constructo mental producto de la percepción a posteriori de la realidad física externa al ser humano y componente de la espacialidad urbana sino que ha sido también el resultado de un proceso continuo e incesante entre la colectividad, la sociedad, su cultura, y su

deseo y manera de construir lo habitable de la ciudad.⁵⁵

Una ciudad como la nuestra, tan extensa, tan intensamente poblada, con una trama social y física tan diversa y compleja, es muy susceptible de ser reordenada pero sobre todo de ser mejorada en todos sus aspectos, empezando por el más importante que sería su imagen. La producción, la evolución, el crecimiento, el desarrollo de la población que la habita y por consecuencia la imagen colectiva formada, está en continua transformación y sin embargo debe funcionar como anclaje para una estabilidad social y como punta de lanza para todos los cambios que la sociedad demanda y necesita en cuanto a una calidad de lo habitable, en cuanto a lo que llamamos entonces una calidad de vida.

⁵⁵ García Olvera Héctor, De la imagen urbana y los efectos en la salud, Octava Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2010.



Esto significa que se debe continuamente pensar en lo que forma y conforma la espacialidad urbana y su imagen, pensar entonces en todo aquello que como sociedad y gobierno se debe cuidar de una ciudad para, no sólo su buen y óptimo funcionamiento, (tarea ya titánica si consideramos los millones de habitantes y los millones de necesidades que eso implica en cuanto a servicios básicos!) sino para obtener de la ciudadanía una ayuda invaluable en cuanto a la conservación, respeto y mantenimiento de todo los espacios públicos. Si las autoridades establecen y cuidan las condiciones físicas de calidad para el buen uso y funcionamiento de los espacios públicos, pero también y sobre todo, para que éstos cumplan con las demandas y necesidades de la sociedad para su disfrute y goce, entonces la imagen colectiva tendrá una coherencia con aquellos elementos de la espacialidad urbana que nos han

inculcado como parte de los constructos mentales e imaginarios colectivos y habrá una armonía que se verá reflejada en las formas positivas de apropiación de éstos espacios públicos.

Las referencias necesarias para los habitantes de la ciudad en cuanto a íconos y símbolos, ya sea geográficos, históricos, culturales, políticos etc... que funcionan para sentirnos parte de un territorio y darnos un sentimiento de identidad son sólo algunos de los elementos importantes que debemos cuidar para una óptima y eficaz imagen urbana.



Así, las acciones sobre la ciudad deben ser regida por un “plan visual”.

El objetivo final de un plan de esta naturaleza no es la forma física misma de la ciudad sino la calidad de una imagen en la mente de los ciudadanos.

Entendamos de una vez que si hablamos de imagen urbana, no estamos hablando de un “capricho estético”! No es porque se encuentra la palabra “imagen” que debemos asociarlo con algo superfluo, efímero, algo sin trascendencia. Por el contrario hemos visto la importancia de lo visual en el ser humano, la trascendencia que esto tiene en nuestras vidas y como la clara construcción de una imagen mental puede establecer las condiciones necesaria para una clara legibilidad de las espacialidades urbanas que a su vez contribuyen a una sana edificación de espacios que cumplan con su cometido y que aporten y llenen las expectativas de los ciudadanos en cuanto a su bienestar.

El creador de imágenes sabe muy bien, y como pocos, que no es posible pensar por separado en estos tres aspectos de su obra: forma, materia y significado. Una forma conlleva una materia; una materia conlleva una forma; una materia y una forma conllevan un significado. Por eso, no es posible traducir lo que se expresó en un material, digamos el óleo, a otro, digamos el grabado al buril. Lo dicho en cada uno de esos materiales no puede ser dicho en algún otro. Si cambia el material cambia el significado.⁵⁶

En esta cita Fernando Zamora se refiere a imágenes tangibles como fotografías, pinturas etc... pero podemos traspasar este mismo pensamiento a la ciudad y pensar que los creadores de imágenes mentales e imaginarios colectivos en la ciudad son todos aquellos que tienen el poder de “hacer ciudad”. Más allá de cómo hacemos la ciudad

⁵⁶ Fernando Zamora Águila, *Filosofía de la Imagen*, E.N.A.P., 2008, p108

diariamente con cada una de nuestras acciones, cada uno de los millones de ciudadanos que somos, están aquellos que pueden ver y pensar un “plan visual” más amplio, un plan que abarque sino toda la ciudad, si partes extensas e incluyentes de muchas zonas que deben articularse e integrarse en un todo. Estas personas que tienen un poder de decisión, un poder político y económico manifiestan sus ideas y sus visiones de la ciudad en imágenes que tienen el poder de construir, esto a diferencia de la mayoría de los ciudadanos que “hacen” ciudad con el hecho de vivirla y habitarla y de transformarla a una muy pequeña escala. Pero los actores con poder de decisión y acción deben saber la fuerza que la imagen conlleva y los instrumentos que tienen a su alcance para lograrlo.

A escala urbana también podemos entonces hablar de los materiales, de las formas y muy importante, de los

significados que cada una de estas cosas conlleva y que tendrán consecuencias en los comportamientos y en la cultura. Lo urbano se nutre de la cultura y la cultura se nutre de lo urbano.

A los arquitectos, ingenieros, urbanistas les toca la amplia y difícil tarea de conocer, más allá de lo psicológico, lo temporal, lo cultural, cuáles son las posibles y óptimas intervenciones y modificaciones de los escenarios, de los espacios en los que el ser humano habita; y no porque sea algo exclusivo de estos gremios sino porque son ellos algunos de los privilegiados en tener el poder de hacer, de construir y cambiar realmente la ciudad.



Hasta aquí entender el concepto de habitabilidad de la espacialidad implica hacer frente a las conductas, actividades, usos y funciones que los seres humanos realizamos en los lugares donde permanecemos y las variantes que se dan en los modos de habitar como producto y construcción de la cultura.⁵⁷

Es verdad que no podremos tomar en cuenta nunca todas las variantes que existen para influir en los modos de habitar, pero esto no es sino una razón más por la cual debemos darle una importancia primordial al entendimiento y comprensión de los modos de comunicación humana en las espacialidades. No podemos seguir pensando que la espacialidad no comunica, que la imagen no comunica.

57 Baltierra Magaña Adrián, Apuntes al texto de La Habitabilidad de la Ciudad de Héctor García Olvera, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.

A través de un lenguaje visual lleno de connotaciones y simbolismos que debemos aprender y conocer es que cada uno de los espacios urbanos nos influye en la manera que tenemos de actuar, de movernos, de comportarnos y de pensar la ciudad. No es de asombrarse si llegando a una ciudad extranjera nuestros comportamientos sean opuestos a los que tenemos aquí. Debemos fijarnos en qué nos dice esa otra ciudad, cuáles son sus códigos, sus signos y símbolos que hacen que funcionemos de otra manera.

En la actualidad, la Ciudad de México ha crecido desmesuradamente; su pasado reciente, fue generoso en plazas, jardines, parques, cuerpos de agua, grandes avenidas, atmósfera transparente, paisaje amable y magníficos espacios públicos; al parecer fue una ciudad habitable. Hoy, sus espacios públicos se encuentran desestructurados, mal distribuidos, sin una disposición física adecuada para la demanda actual del desempeño de la

sociabilización, en una situación de uso intensivo, un tanto cuanto vandálico, contrastante abandono y franco deterioro.

58

La situación actual de nuestra ciudad nos muestra un paso del tiempo que ha dejado marcas y que subraya la falta de visión, de preocupación y de interés en la importancia que tienen los espacios públicos en el buen funcionamiento de una sociedad y el mejoramiento de una cultura. Los espacios públicos son necesarios para las necesidades de sociabilización, interacción, comunicación, expresión, recreo, de toda la ciudadanía, son el reflejo de la salud de una sociedad y de la ciudad. Espacios diversificados que cumplan con las necesidades y deseos de la población son sanos y logran dar y mantener en la

58 García Olvera Héctor, Algunas notas sobre la Habitabilidad en la ciudad, Novena Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.

ciudadanía una buena calidad de vida.

Hoy en día estos espacios se ven abandonados y la idea de que un espacio público no es que sea de todos, sino más bien no es de nadie y por lo tanto no tenemos ninguna obligación en su limpieza, mantenimiento y cuidado es una idea ya muy común. Desde el gobierno se ha despreciado y desprestigiado lo público tal y como lo vimos en el primer capítulo, y la imagen que se ha esparcido en la ciudadanía de la calle y sus espacios es totalmente negativa.

Empezaron entonces a pulular una serie de apropiaciones no del todo ilegales puesto que la ley se fue adaptando a ellas, pero sí totalmente invasivas y ventajosas de ese espacio que nadie quería, o más bien que fue abandonado y al que nadie le dio la importancia obligada.

Bajo una lógica capitalista, parte del espacio público se tornó una ventana

de oportunidades par hacer negocio, de repente el espacio que nadie quería se volvió cotizado por algunos. Este aspecto específico de la Imagen Urbana que afecta nuestra espacialidad no tiene una legislación bien establecida por lo que, encontrándose a la vista de todos los transeúntes y automovilistas, el espacio público, y más específicamente aquí su imagen, se tornó una mina de oro para los publicistas. Se estudian nuestros comportamientos frente a cada anuncio, el modo en como estos pueden provocar un efecto más profundo o simplemente el efecto deseado: el consumo. La población es un consumidor en potencia y entre más “nichos” o sectores de la sociedad se “ataquen” con los comerciales, el reflejo

en las ventas o/y la producción será mayor. Literalmente nos vemos atacados por miles de productos que en esta economía capitalista buscan hacerse de un lugar en nuestra mentes y bolsillos.

Nos enfrentamos entonces a una total privatización de los espacios. Desgraciadamente no fue sino a través de ella que hemos sido alertados de la falta de interés y la pobreza de nuestros espacios públicos, de su falta de habitabilidad y de la franca y descarada toma y apropiación por parte de ciertos sectores.

La pregunta obligada es entonces ¿no es posible hoy en día concebir una valoración de los espacios públicos sin una privatización de los mismos? ¿el gobierno

*la privatización de los espacios
sería la única vía y solución [...] para mejorar y otorgar a sus
ciudadanos espacios públicos de
calidad*

¿acaso no tiene la obligación de garantizar espacios que cumplan con las necesidades de movilidad, esparcimiento, recreo, intercambio, sociabilidad, manifestación y cultura entre muchas cosas más, de sus ciudadanos? ¿la privatización de los espacios sería la única vía y solución ante la falta de interés y de presupuesto por parte del gobierno para mejorar y otorgar a sus ciudadanos espacios públicos de calidad?

Hoy, en este modelo de lugares o espacios de uso público de propiedad privada, se instalan, muy eficientemente, teatros muy habitables, atractivos cines, restaurantes lujosos, cafeterías, plazas, lugares de reunión, producción de cultura, museos y hasta zonas patrimoniales; pero que en su mayoría son, fundamentalmente, lugares de efectiva comercialización de la propiedad privada de la espacialidad urbana; se llaman lujuriosamente: Centro Comercial, Perisur, Cultisur, Plaza Inn, Loreto Inn, Cuicuilco Inn, Macrosanborns,

suburbias, Plaza Satélite, Galerías, Centro Nacional cultural y de las artes, etcétera ,etcétera.⁵⁹

Estos nuevos espacios privados, creados sobre suelo público, deberían cumplir con un uso y una función de sociabilidad y colectividad pero sólo lo hacen a medias puesto que se centran en el individuo y lo aíslan de los demás en una sala de cine o teatro, en las tiendas y restaurantes.

Existe un déficit de espacios para la franca convivencia, para el encuentro y discusión, para la política abierta y para todas esas necesidades que tiene una sociedad en cuanto a su expresión ya sea entre los mismos grupos e individuos como hacia su gobierno.

Los espacios de interlocución y manifestación de los ciudadanos hacia

⁵⁹ García Olvera Héctor, Algunas notas sobre la Habitabilidad en la ciudad, Novena Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.

el gobierno fueron cerrados, vendidos, abandonados y ahora la población no cuenta con los espacios necesarios y suficientes para expresarse. No existe entonces reemplazo posible para las funciones que cumplen los espacios públicos no privatizados como son plazas, jardines, andenes y vialidades que incitan a una convivencia vecinal, a una participación ciudadana, y a una calidad de vida de toda la colectividad usuaria de esa espacialidad urbana. Sólo estos espacios pueden generar en una colectividad, a través de su clara interpretación en cuanto a sus usos y funciones, una respuesta favorable en la ciudadanía que adopte una actitud participativa, activa y positiva que beneficie económicamente también al gobierno en el sentido de que se atienda entre los miembros de la comunidad

No existe entonces reemplazo posible para las funciones que cumplen los espacios públicos

las necesidades de mantenimiento del espacio para su digna conservación y uso.

Más allá de la transformación de la imagen de la ciudad por los anuncios publicitarios, esta apropiación de los espacios transforma y modifica también la configuración de los barrios. Los anuncios, los centros comerciales, las grandes avenidas sin camellones, sin paso ni cabida para los peatones han hostilizado la ciudad al mismo tiempo que le han quitado la unidad visual a los lugares y junto con ello su identidad.

El ciudadano está hoy en día tratando de recuperar en la ciudad los espacios donde expresarse y socializar, donde recrearse, divertirse y hacer deporte, espacios necesarios para su sano desarrollo.

La falta de estos espacios adecuados y de una identidad que lo arraigue, provoca un sentimiento de desapego y negligencia.

La opción de retomar los espacios sigue vigente y junto con ella la de comprender la importancia que ellos tienen junto con su imagen. Aún es posible crear y seguir creando nuevas identidades sin embargo se deben considerar nuevamente las necesidades y deseos de la población y de lo que se desea como ciudad, como país. Cada imagen colectiva creada, cada constructo mental conlleva cambios en la educación, en la cultura y en la sociedad.

Esta crisis de habitabilidad urbana que estamos viviendo depende de diversos factores. Por un lado el acelerado, incontenible y desordenado crecimiento urbano que ha tenido altos costos tanto económicos como sociales y que han

hecho evidente la escasez de recursos públicos, y creativos para resolverlo, además de la incompetencia del sector público para administrar y controlar dicho crecimiento. Por otro lado la fragilidad y altísima susceptibilidad a la corrupción de los aparatos legislativos y judiciales del estado que se han prestado a la venta de espacios que son para el beneficio de toda la población y que no debieran poder ser vendidos: los espacios públicos; junto con esto sumamos el espíritu mercenario y voraz capacidad financiera del sector



privado que no repara para obtener beneficios y no ha sido capaz de otorgar beneficios a la comunidad de un usufructo que ha sido ventajoso. Y finalmente una imagen colectiva urbana ligada a una cultura urbana muy deteriorada, sin identidad y sin participación.

Es posible aún revertir esta situación si comprendemos la importancia de cada uno de estos factores y tratamos desde todos los ámbitos de actuar y modificar imagen, percepción y conducta hacia la ciudad en la que habitamos y deseamos vivir.



Epílogo

Imagen urbana y apropiación
de los espacios públicos:
una aproximación a la interpretación
de lo espacial y del comportamiento
desde la comunicación



El querer abordar la cuestión de los Espacios Públicos y su Imagen desde el ámbito de la comunicación fue siempre el propósito de esta tesis y de la maestría en su totalidad.

No sé si estas páginas han ayudado al lector a comprender algo más acerca de estos fenómenos, quisiera pensar que sí. Existen algunos puntos que me parece relevante destacar en este “viaje” a manera de cierre, tal vez de resumen pero sobre todo, para resaltar la importancia que estos temas tienen en nuestra vida diaria como ciudadanos que somos, y para tomar una mayor consciencia de su efecto y de lo que podemos mejorar si los entendemos más profundamente.

Después de revisar un poco el significado de las palabras mismas y sus connotaciones, y tomando en cuenta que el principal hilo conductor de esta tesis es entender que se puede concebir

lo Urbano como un lenguaje, (es decir un sistema que contiene signos y códigos entendibles por todos los usuarios del sistema), la idea fue mostrar que con la imagen existe un lenguaje que podemos aprender a entender y a través del cual se nos comunican ciertas cosas para causar una reacción, una conducta. Es verdad que los demás sentidos también están involucrados, no podemos aislar los unos de los otros, sin embargo, el enfocarse en lo visual, permite entender la importancia de este sentido para el ser humano y para la cuestión urbano-arquitectónica.

Preguntas como si lo urbano-arquitectónico es un lenguaje: entonces ¿Qué es lo que comunica? Quién lo comunica? Y cómo lo hace? son obligadas. Me aventuraré a responder no de manera tajante pero sí según toda la argumentación que hemos podido ver a lo largo de este trabajo.

Me parece que el lenguaje urbano-arquitectónico (como lo hacen los demás lenguajes) comunica un tipo de relación, una escala de valores. Es decir que a través de este lenguaje se da y se comprende el tipo de relación que llevamos los seres humanos con y entre los objetos que nos rodean; llámense, calles, edificios etc. Es a través del lenguaje urbano-arquitectónico que se establecen (o no) límites, tal vez hasta obstáculos, entre los objetos mismos y entre los objetos y los individuos. También es a través de este lenguaje que se nos comunica la función de los objetos, su uso y eso mediante sus distintas formas, colores etc.

Pero debemos estar conscientes que esta lectura la hacemos nosotros. No existe un objeto que comunica en si, el objeto no nos “dice” nada, son sus características, que de acuerdo a nuestra percepción de las cosas y sobre todo de acuerdo a una convención y acuerdo social y cultural,

nos muestra el, o los, posibles significados del objeto y la relación que debemos llevar con él. Somos nosotros como sociedad y después como individuos que le imponemos el significado a la cosas. Así, es importante recalcar que el ejercicio de este lenguaje en particular no es bilateral, todo parte del ser humano, pasa por lo que ve, por lo que percibe de la realidad externa y regresa a él, de allí que hayan múltiples interpretaciones posibles pero siempre una que corresponde a la “convencional” es decir a la acordada por la cultura y la sociedad.

Otro punto importante que recalcar de los temas abordados en la tesis es la composición del binomio sociedad/ciudad. Este binomio es inseparable, no se puede concebir lo uno sin lo otro. No existe ciudad sin sociedad y viceversa. Por lo mismo los males que acogen a una son los mismo que los de la otra. De igual

forma entonces podemos decir que la ciudad es el fiel reflejo de la sociedad que la habita, y al hablar de Espacio Público deberemos entonces utilizar el plural.

En efecto, nuestra sociedad no es homogénea, muy por el contrario existen mil condiciones y variables por las cuales se puede diferenciar a la población. Existe todo tipo de segregación: económica, política, racial etc. y así como la sociedad no es homogénea, tampoco lo son los espacios públicos de la ciudad. Existen muchos tipos de espacios públicos y se pueden clasificar de muchas maneras. La ley y las definiciones que se dan, se basan en el aspecto bidimensional, intentando poner límites y acotando lo que es un espacio público. Sin embargo nunca se hace referencia a la parte de la percepción que se tiene de estos espacios y la importancia que tiene entonces la Imagen. Es la imagen que tenemos de ellos la que nos hace actuar de cierta

manera y no la definición que se pueda tener de ellos.

Es sobre ésta imagen o éstas imágenes que se configuran realmente los espacios públicos. Aunque siempre bajo el carácter de la dualidad.

Lo público vs lo privado fue parte importante del primer capítulo.

Una reflexión que queda por hacer al respecto es la de decir que pese a que se considera, (de manera correcta creo yo), que la imagen urbana está conformada por la imagen de los Espacios Públicos, es importante aclarar que ésta última se compone por la imagen de los Espacios Privados.

En efecto, los espacios públicos están delimitados por los privados y más específicamente por las fachadas de los privados. Pero entonces las fachadas ¿son públicas o siguen siendo privadas?, ¿la regulación y legislación existente con respecto a ellas es reflejo de que se ha

comprendido que son de alguna manera parte fundamental de lo público y que su imagen es la que rige la imagen urbana en su totalidad?

Esta reflexión me parece importante puesto que si la imagen de lo privado se deteriora, en realidad se está deteriorando la imagen de lo público y junto con ella se deterioran las condiciones de habitabilidad de la zona y de la ciudad.

Entonces ¿Quién hace la ciudad? ¿Cómo se hace? Si lo privado hace a lo público y vice versa, y estas acciones no puedes dissociarse me parece entonces que la cuestión es saber si le damos más importancia a lo uno que a lo otro. ¿Qué tipo de Ciudad quiero? refleja ¿qué tipo de sociedad quiero?!

¿A qué le damos más importancia?
¿Cómo es que queremos vivir?

El comprender que la Imagen

Urbana va mucho más allá de un tema meramente estético y que el conocer y entender las convenciones de su lenguaje significa poder comprender los comportamientos humanos hacia las espacialidades me parece lo primordial para esta tesis.

Ver que existe una ineludible e indisociable unión y relación entre Espacialidad/Imagen/Comportamiento es lo que se ha pretendido mostrar con esta tesis.

Y que el hecho de cambiar el aspecto físico de una espacialidad, o la forma en que la gente le conoce y percibe, tiene importantes consecuencias hacia las acciones que los usuarios y habitantes de la misma tendrán.





Bibliografía

- Anderson Benedict, "Comunidades Imaginadas", FCE, México, 1993
- Ascher François, "Les nouveaux principes de l'urbanisme", Editions de l'Aube, France, 2001
- Bolnow Otto Friedrich, "Hombre y Espacio", Ed. Labor, Barcelona, 1969
- Carmona Matthew, de Magalhaes Claudio, Hammond Leo, "Public Space: the Management dimension", Routledge, London, 2008
- Choay Françoise, "L'urbanisme, utopies et réalités", Points Editions de Seuil, France, 1965
- Cullen Gordon, "El paisaje urbano, tratado de estética urbanista", Ed. Blume, España, 1978
- Debord Guy, "La sociedad del espectáculo", Pre-textos, España, 2008
- Debray Régis, "Vie et mort de l'image" Folio Essais, Gallimard, París, 1992
- Grusinski Serge, "La guerra de las Imágenes" FCE, México, 1990
- Hesselgren, Sven, "El Hombre y su Percepción del Ambiente Urbano: Una Teoría Arquitectónica", Ed. Limusa, México, 1980
- Jane Jacobs, "Muerte y vida de las grandes ciudades (americanas)", ediciones península, Madrid, 2ª ed. 1973
- A.R. Luria, "Sensación y percepción", Ed. Planeta, México, 1994
- Lynch Kevin, "La Imagen de la Ciudad", Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1998
- Merleau- Ponty Maurice, "Phénoménologie de la perception", Tel Gallimard, France



1945

- Piaget Jean, La construcción de lo real en el niño , Nueva Visión, Buenos Aires, 1982,
- T. Hall Edward, “La dimensión Oculta” Ed. Siglo XXI, México 1972
- Thompson John B., “Ideología y cultura moderna”, UAM, México, 2006
- Vernon M. D., “Psicología de la percepción”, Ediciones Hormé S.A.E., Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967
- Zamora Ricardo, “Filosofía de la Imagen” ENAP UNAM, México, 2008

Revistas y Artículos

- Baltierra Magaña Adrián, Apuntes al texto de La Habitabilidad de la Ciudad de Héctor García Olvera, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.
- García Olvera Héctor, De la imagen urbana y los efectos en la salud, Octava Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2010.
- García Olvera Héctor, Algunas notas sobre la Habitabilidad en la ciudad, Novena Ponencia, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.
- Gaceta Oficial del Distrito Federal del día 15 de julio del 2010

- Gaceta Oficial del Distrito Federal del día 26 de septiembre del 2008
- Hierro Gómez Miguel, Del concepto del espacio a la Espacialidad, Cuarta sesión, Seminario de Apoyo a la Docencia, Facultad de Arquitectura, UNAM, 2009.
- Ley de desarrollo Urbano del Distrito Federal, Reforma publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal del día 11 de agosto del 2006
- Salcedo Marco Alexis, Caicedo Silvia Cristina, “El espacio público como objeto de estudio en las ciencia sociales y humanas”, Revista Científica Guillermo de Ockham, Vol. 6, No. 1. Enero-Junio de 2008

