



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO

DISEÑO Y GENTRIFICACIÓN.

El papel del diseño en la *escenografía* del centro urbano

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:

MARÍA ELVIA TORRES LÓPEZ

DR. GERARDO GARCÍA LUNA MARTÍNEZ (FAD)
MTRO. YURI ALBERTO AGUILAR HERNÁNDEZ (FAD)
DR. EDUARDO ACOSTA ARREOLA (FAD)
DRA. EFTYCHIA BOURNAZOU MARCOU (FA)
LIC. SABINO GAINZA KAWANO (FAD)

CIUDAD DE MÉXICO, ENERO DE 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



DISEÑO Y GENTRIFICACIÓN.

El papel del diseño gráfico en la *escenografía* del centro urbano



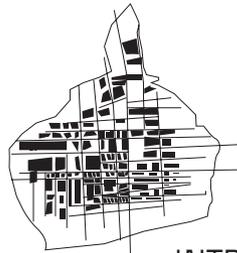
ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO 1. LAS CARTAS SOBRE LA MESA	17
1.1 Lo tangible y lo intangible	17
1.2 Disciplinas proyectuales y entorno urbano	22
1.3 El fenómeno de gentrificación	27
CAPÍTULO 2. BARAJÉAMELA MÁS ESPACIO	35
2.1 Gentrificación y diseño	35
2.1.1 Escenografía y montaje	40
2.1.2 Gentrificación expuesta	42
2.2 La escenografía del centro: turismo y memoria	51
CAPÍTULO 3. CASOS DE ESTUDIO	61
3.1 CDMX	
3.1.1 Antecedentes	61
3.1.2 Delimitación	78
3.1.3 Análisis formal	81
3.1.4 Interpretación	88
3.2 BCN	
3.2.1 Antecedentes	90
3.2.2 Delimitación	96
3.2.3 Análisis formal	98
3.2.4 Interpretación	105
CONCLUSIONES	109
ANEXO	117

Las más profundas estructuras de una sociedad
son las que corresponden a las del espacio y del tiempo
César González Ochoa



Imagen I. Rodrigo Moya, Colecciones Fotográficas de Fundación
Televisa 1965. México a través de los siglos
Fecha de consulta: Enero 2016



INTRODUCCIÓN

Con incuestionables excepciones, los profesionales del diseño fuera de la academia no suelen considerar parte de sus procesos tareas como la argumentación escrita, la teoría o el análisis de los resultados y métodos de su quehacer; más allá de los manuales de uso o del registro tangible que significa el propio objeto de diseño, el quehacer profesional demanda priorizar lo práctico sobre lo teórico. Es bajo esta convicción que surge la presente investigación, cuyo objeto es sumar argumentos que ayuden a sustentar a la disciplina del diseño como una compleja y generadora de conocimiento.

Como consecuencia del momento histórico que atraviesa la sociedad de consumo en la que nos desenvolvemos, el diseño ha sobrepasado la responsabilidad única de comunicar para darse a la tarea de replantearse y cuestionar sus alcances y los propios argumentos que lo sustentan tanto en el campo práctico como en el teórico esto debido a que, en las últimas décadas, dichos alcances se han visto minimizados a cuestiones de venta y cosmética que derivan en una percepción del quehacer del diseño como uno meramente creativo, sobre todo por los más alejados a su ejecución, cuyos bordes se ciñen primordialmente a los procesos subjetivos y digitales.

En todo caso, la investigación de los contextos y teorías del diseño representa uno de sus principales fundamentos ya que cualquier producto del diseño se ve inmerso en un contexto que podemos dividir en objetivo y subjetivo para fines de esta investigación.

El contexto, entendido objetivamente como el espacio físico y tangible en un tiempo determinado de la historia, está

habitado por una población bajo circunstancias específicas. Por su parte, en sentido subjetivo, llamaremos a dicho contexto entorno; asumiéndolo como el ambiente creado y percibido a través de los sentidos y de la mente de la población

Dado que este centraremos este documento en el análisis del entorno urbano, será importante tratar aspectos vivenciales como la memoria, las sensaciones que originan ése espacio y la percepción a través de la cual se generan la interpretación y el sentido de tal espacio.

Ése entorno al que aludimos, en específico para esta investigación el entorno urbano, ha sido objeto de numerosos estudios en las últimas décadas, primordialmente desde la perspectiva del arte o la arquitectura; se ha relacionado con aspectos sociales, políticos, geográficos, antropológicos e incluso aquellos propios de las ciencias exactas, pero poco analizado desde la trinchera del diseño y en especial desde la del diseño gráfico por lo que esta tesis se plantea el objetivo de estudiarlo desde la disciplina que a nosotros atañe.

A la vista de todos existen ejemplos tangibles que ilustran la participación del diseño en la modificación del entorno que significa la ciudad. Pero ¿de qué manera esa participación influye en la construcción del entorno urbano y específicamente en el proceso socio espacial llamado gentrificación? Éste es el tema central de esta tesis y para tal empresa el diseño no será tratado como protagonista sino como punto de partida.

A través del presente trabajo, trataremos de encontrar algunos de los factores que intervienen en la segmentación del centro de la Ciudad de México en zonas turísticas y protegidas y zonas segregadas, por localizarse ahí nuestro caso de estudio más importante. También nos ocuparemos en analizar algunos de los elementos que hacen lucir a la zona actual de esa forma como consecuencia de los procesos so-

ciales por los que atraviesa y las tendencias promulgadas por la economía global y local.

Así, durante el primer capítulo desmenuzaremos los conceptos nodales en los que se sustenta la presente investigación y precisaremos las posturas teóricas que definen la perspectiva desde la que se desarrolla este documento; generando así la red de análisis respecto a las disciplinas proyectuales y al entorno urbano.

En el segundo capítulo nos centraremos en la interrelación de gentrificación y diseño para exponer una recopilación de proyectos que intervienen el espacio urbano de la Ciudad de México y la ciudad de Barcelona en relación con la gentrificación y la memoria del lugar.

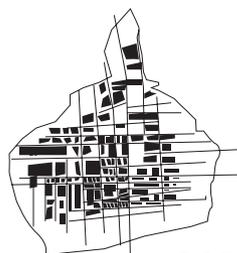
Cabe mencionar que la especificidad del caso de Barcelona es resultado de la estancia de investigación que tuve oportunidad de realizar a través de éste posgrado cuyo desarrollo logró complementar este documento.

Ahí mismo tendrá lugar un breve estudio de la llamada escenografía del centro de la ciudad.

El tercer y último capítulo está dedicado a la exposición de los casos de estudio situados en las zonas centrales de la Ciudad de México y de Barcelona, donde partiremos desde la perspectiva del diseño y del papel de éste en la construcción, apropiación y uso de entorno urbano, así como su importancia y límites dentro del fenómeno de gentrificación.

Como cierre se presenta la propuesta de este documento en forma de anexo, dedicado al planteamiento de un taller llamado “Desmontar la escenografía”.

Se invita al lector a iniciar este recorrido para generar cuestionamientos que nos lleven a continuar la red de conocimiento e investigación en diseño gráfico contemporáneo.



CAP. I LAS CARTAS SOBRE LA MESA^{1*}

^{1*} Expresión coloquial usada en México para aclarar o enunciar todas las herramientas o circunstancias de una situación que se someterá a discusión o evaluación.

1.1 LO TANGIBLE Y LO INTANGIBLE.

Antes de hablar de **entorno**, es oportuno mencionar brevemente algunos otros términos que pueden ser entendidos como sinónimos de entorno. Dicha aclaración tiene el propósito de establecer los parámetros bajo los cuales se desarrollará esta investigación y así vislumbrar los alcances tangibles e intangibles de tales conceptos.

En primer lugar, hablaremos de espacio¹ y nos alejaremos de su definición textual para establecerlo básicamente como un ente físico por lo tanto concreto y medible cuyas dimensiones son palpables y materiales además de inanimadas y prácticamente estables (a menos que se intervengan con agentes externos físicos o simbólicos). Así, en el concepto de esta investigación, entenderemos el espacio como tangible.

Para el caso del lugar² entendemos que este espacio se encuentra atravesado por los afectos. Más aún si pensamos en territorio³, donde sabremos que se trata de un lugar que además cuenta con una cierta memoria⁴.

1 Definición de la RAE: Extensión que contiene toda la materia existente [citado el 16 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/PYNTx4>

2 Definición de la RAE: Porción de espacio [citado el 16 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/PYNTx4>

3 Definición de la RAE: Porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etc. [citado el 16 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/PYNTx4>

4 Uriel Palma, *Taller de dispositivos móviles*. Facultad de Arquitectura UNAM, enero a junio de 2016.

De esta manera entenderemos al lugar y al territorio como procesos simbólicos e intangibles.



Imagen 2. Esquema ilustrativo de la teoría de Uriel Palma

Expuesto lo anterior, nos daremos a la tarea de abordar al entorno urbano como un contexto que posee características de los tres conceptos, pero comprendido principalmente como territorio. Lo entenderemos pues como el conjunto de elementos tangibles e intangibles que rodean al objeto de estudio, en este caso el diseño.

El territorio es un elemento clave para entender diversos procesos surgidos y situados en la ciudad. Es en éste en donde se materializa y expresa la relación entre espacio físico y sus habitantes.⁵

Tales relaciones tienen una o varias capas de carácter simbólico si nos detenemos a analizarlas, por lo tanto, el entorno urbano para sus habitantes (aquellos quienes lo viven y lo interpretan), funge como identificador y diferenciador; genera un sentido de propiedad y de colectividad en una comunidad tal y como afirma Varela:

⁵ Ricardo Klein, "El arte como expresión del territorio," CIUDADES Revista Trimestral de la red de investigación urbana A.C., no. 97 (Año 24, 2013): 62.

El espacio urbano, pues, representa a nivel simbólico un conjunto de características que definen a sus habitantes como pertenecientes a una determinada categoría urbana en un determinado nivel de abstracción, y los diferencian del resto de personas en base a los contenidos o dimensiones relevantes de esta categoría en el mismo nivel de abstracción.⁶

Entendemos que los habitantes o ciudadanos se asimilan como pertenecientes al entorno urbano y así adoptan actitudes y acciones propias de la ciudad. De esa manera, tanto en comunidad como individualmente, crearán su propia imagen de ciudad y la dotarán de simbolismo personales tal y como afirman Sergi-Enric Varela y Pol Urrutia:

El sentido de pertenencia a determinadas categorías sociales incluye también el sentido de pertenencia a determinados entornos urbanos significativos para el grupo. Detrás de esta idea se encuentra la consideración del entorno urbano como algo más que el escenario físico donde se desarrolla la vida de los individuos, siendo un producto social fruto de la interacción simbólica que se da entre las personas que comparten un determinado entorno urbano.⁷

Sin embargo, las personas en un sitio no saben de manera consciente si se trata de territorio o espacio físico, no se relacionan con éste a través de su definición teórica, sino práctica, llámese ciudad, campo o habitación.

⁶ Sergi-Enric Varela y Pol Urrutia, "El concepto de identidad social urbana. Una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental," Anuario de psicología, No. 62 (1994 [citado el 10 de abril de 2016]: disponible en <https://goo.gl/YJ4cpF>

⁷ Sergi-Enric Varela y Pol Urrutia, "El concepto de identidad social urbana," 9.

Se invita al lector a hacer el ejercicio de recordar cualquier obra de teatro que haya visto en algún momento de su vida. Habrá que recordar los elementos esenciales tanto simbólicos como formales de los que se valió la puesta en escena: actores, vestuario, foro, utilería, luces, bambalinas, pero la reminiscencia que pedimos sea más evidente a su recuerdo, es la escenografía. Ese entorno recreado, a veces imperceptible por situarse perfectamente amalgamado y otras tantas irrelevante, en todo caso significa la creación del ambiente idóneo para la puesta en escena. Dicha escenografía será entendida en el contexto de esta investigación como un símil del entorno urbano.

Insertos en este escenario, estarán los actores que darán vida a este montaje y que en nuestro caso serán los habitantes/ciudadanos/receptores/transeúntes, sin quienes el entorno no tiene significaciones y, podríamos decir, sin quienes el espacio no existe más que físicamente entendiendo que la ciudad no puede existir sin su comunidad, objetos y espacios.

La puesta en escena (las más de las veces un drama), será representada por dichos histriones quienes interactuarán con el espacio, lo transformarán y le conferirán importancia y significado. Esta analogía nos ayuda a saber que el entorno no puede estudiarse como un ente independiente y de componentes meramente físicos como calles, edificios, anuncios y demás elementos propios en la escena urbana y que no podrían ser interpretados de manera autónoma sino en un proceso de simbiosis con sus habitantes.

Así, el medio para estudiar el entorno urbano en el aspecto físico y objetivo lo haremos serán los productos de diseño, mientras que para el aspecto simbólico el estudio será a través de las relaciones que sus habitantes establecen con

éste de acuerdo a su cultura para cubrir de esta forma ambos aspectos.

Durante la investigación, Hallowell (1945): subraya que «nadie ha encontrado ni encontrará jamás culturas en sentido literal. Lo único que existe son personas que se encuentran e interactúan, pudiendo producirse un fenómeno de aculturación -modificación del modo de vida de uno o ambos grupos de normas»⁸

La importancia que tiene la cultura dentro de la sociedad es imprescindible en cada acción que realiza. La forma en que las personas se relacionan con los espacios no es más que un producto cultural.

Si recordamos que un espacio, cualquiera que este sea, puede convertirse en un símbolo por todo aquello que significa para quienes lo experimentan, podemos abordar el aspecto simbólico en este proceso de la siguiente manera:

El punto inicial de partida es que la cultura es un sistema que incluye como sus elementos todos los sistemas de signos que operan en una sociedad determinada; por tanto que es totalmente simbólica; es un espacio de signos de diversos tipos: palabras, gestos, comportamientos, vestidos, iglesias, edificios, etcétera, cada uno de ellos perteneciente a un sistema particular y cada sistema susceptible de ser estudiado por una teoría semiótica específica. En los signos que pertenecen al espacio construido, el dominio particular de estudio lo llamamos semiótica del diseño.

Así, si incluimos el o los diseños en el marco amplio de la cultura, considerada ésta como la articulación de las distintas formas donde se produce socialmente la significación, enton-

⁸ Lesly A White, *El concepto de cultura*. (Barcelona: Anagrama, 1959), 146.

ces podemos tener otro ángulo de aproximación a la práctica proyectual.⁹

Son estos signos los que nos aportan la información cualitativa con la que podemos construir una teoría respecto a cómo se vive un espacio urbano determinado, siendo así la semiótica del diseño la herramienta que nos ayudará al estudio de aquellos simbolismos desarrollados para los espacios a través de los diseños que ocupan tales espacios.

1.2 DISCIPLINAS PROYECTUALES Y ENTORNO URBANO

Los primeros registros que se tienen de la concepción de ciudad o metrópoli se remontan a los griegos y a su denominada Megalópolis, que era contemplada como un punto de concentración de personas y servicios. Con el paso de los años, la ciudad fue sinónimo de diversidad y densidad de población, es por eso que algunas fuentes se basan en esta última característica para denominar una zona geográfica como urbana y algunas otras hablan del declive del concepto por tratarse de una zona cuyas características no abarcan la totalidad de la argamasa que hoy contemplamos como ciudad.

En cualquier circunstancia, la ciudad o lo que queda de ella, se concibe como sinónimo de desarrollo social, dando por hecho que las zonas rurales son completamente lo opuesto y se encuentran alejadas del avance en todos los sentidos y carecen de infraestructura.

En pleno siglo XXI, la ciudad es una zona de gran diversidad y diferenciación social que además de dar lugar al progreso y la civilización, propicia la desigualdad social, el abuso de poder y, en general, el a conflictos de intereses.

⁹ César González Ochoa, *El significado del diseño*. (México: Designio, 2010), 22.

Ahí, en medio de la vorágine que significa cualquiera de las ciudades que hoy habitamos, está situado el diseño que, a través de cualquiera de sus manifestaciones, contribuirá a la estructuración, apropiación y construcción del entorno urbano del que hemos hablado.

Los objetos que configuran nuestro mundo son considerados como tales cuando el ser humano es capaz de dotarlos de un significado, y que este significado es un producto socialmente elaborado a través de la interacción simbólica (Blumer, 1969; Stryker, 1983). Así pues, cualquier entorno urbano ha de ser analizado como un producto social antes que como una realidad física (Rapoport, 1977).¹⁰

Por lo tanto, si abordamos al entorno urbano como uno de estos productos sociales que adquieren una dimensión simbólica, entenderemos que los elementos en él contenidos (como aquellos producidos desde el diseño), también adoptarán una significación intangible que permeará en quien los percibe proyectándoles complejos simbolismos.

A simple vista, el diseño tiene poco que ver con la ciudad, más fácilmente familiarizada con la arquitectura y el urbanismo. En concordancia, conocemos que la mayoría de los estudios de ciudad nacieron desde la trinchera de estas dos disciplinas; algunos de ellos lo hicieron probablemente antes, desde la del arte (urbano, pero finalmente arte), sin embargo, la importancia del entorno urbano alberga mayores alcances como aquellos planteados por González Ochoa en sus nombradas disciplinas proyectua-

¹⁰ Sergi-Enric Varela y Pol Urrutia, "El concepto de identidad social urbana," 8.

les¹¹ que bien podemos entender como los agentes que conforman el espacio:

La arquitectura está unida a disciplinas como el urbanismo, el diseño industrial y el diseño gráfico, entre otras; en todas ellas puede comprobarse que su definición comporta como rasgos la ideación conceptual y la realización material de objetos y ambientes. Podemos englobar todas estas disciplinas bajo el nombre genérico de práctica proyectual y definir la finalidad de esta práctica como la conformación del espacio o la producción social del espacio¹²

Usaremos esta premisa para ubicar al diseño como parte de las disciplinas proyectuales, mismas que conforman el entorno como contexto de los hechos y que lo albergan y lo nutren de simbolismos y significados por demás cambiantes.¹³

El diseñador se vale del entorno como una herramienta narrativa y se apropia de él como alternativa para expresar y crear ideas. Se adapta a él y en algún sentido lo convierte; esto tiene como resultado que este y su uso sean reflejo de la transformación cultural.

11 González, "El significado del diseño," 20.

12 González, "El significado del diseño," 20.

13 "Los diferentes sistemas: población, migración, vegetación, usos de suelo, vías de comunicación, entre muchos, son generadores de flujos y la interrelación entre todos éstos conforman el sistema de la ciudad.

Cada uno de estos sistemas son una estructura cambiante y en constante transformación, una estructura dinámica con una espacialidad y un tiempo, una estructura que se modifica a cada momento."

Mónica Pallares Trujillo, *Arquitectura de paisaje y arte público: Simbolismo, Estrategia y Suceso* Tesis para optar por el grado de Maestra en Artes visuales (México: UNAM, Posgrado En Artes y Diseño, Escuela Nacional De Artes Plásticas, 2013), 147.

El diseño transforma y define la posición del espectador, impacta directamente al objeto que envuelve y condiciona la percepción. Así, las interacciones y apropiaciones de dicho espacio están determinadas por la cultura y las significaciones que los espectadores y usuarios del espacio hacen de él a través de diversos productos de diseño.

Por esto, podemos afirmar que el diseño ha contribuido activamente en el crecimiento de las ciudades.

Los objetos nos hacen tanta compañía, las señales gráficas inciden con tanta relevancia -y tanta- perseverancia en nuestro entorno, que no es arriesgado afirmar que, entre otras cosas, las sociedades modernas son precisamente sociedades gracias al papel que en ella asumen, a muy distintos niveles, los elementos diseñados¹⁴

Así mismo, ha contribuido a lo largo de historia al empoderamiento de las ciudades acompañando su valor histórico y simbólico.

El espacio no es un a priori o un absoluto, sino que aparece como una relación entre sujetos y objetos, y existe porque tales sujetos y objetos se relacionan. [...] así que, en lugar de definir el espacio, parece más pertinente plantear el problema de por qué distintas prácticas sociales producen distintas concepciones del espacio.¹⁵

El estudio del entorno urbano tiene diferentes acepciones según la perspectiva desde la que se aborde. Puede tener estudios desde una perspectiva de carácter artístico, político, económico, etc. Pero aquí nos atañe su relación con los mensajes de diseño en donde éste es un medio a través

14 Jordi Llovet, *Ideología y metodología del diseño* (Barcelona: GG,1979), 12

15 González, "El significado del diseño," 20.

del cual los habitantes de la ciudad se relacionan con ella, la apropian o la rechazan.

Por otro lado, si consideramos que una de las categorizaciones que configura la identidad social de un individuo o de un grupo es la que se deriva del sentido de pertenencia a un entorno, parece correcto pensar que los mecanismos de apropiación del espacio (Korosec, 1976) aparecen como fundamentales para este proceso de identificación. Sea a través de la acción-transformación o bien de la identificación simbólica (Pol, en prensa) el espacio se convierte en lugar, es decir, se vuelve significativo (Jørgensen, 1992). El mecanismo de apropiación facilita el diálogo entre los individuos y su entorno en una relación dinámica de interacción, ya que se fundamenta en un doble proceso: el individuo se apropia del espacio transformándolo física o simbólicamente y, al mismo tiempo, incorpora a su self determinadas cogniciones, afectos, sentimientos o actitudes relacionadas con el espacio que resultan parte fundamental de su propia definición como individuo¹⁶

Esta afirmación (el término self, se refiere a la definición personal de cada persona como individuo) da cabida al diseño que se inserta como parte del entorno a través de los objetos que produce y a de lo que dichos objetos significan para cada persona que de ellos se apropia, tal y como lo afirma Martín en referencia a Morin:

... No hay objeto si no es con respecto a un sujeto (que observa, así la, define, piensa), y no hay sujeto si no es con respecto a

¹⁶ Sergi-Enric Varela y Pol Urrutia, "El concepto de identidad social urbana," 12.

un ambiente objetivo (que le permite reconocerse, definirse, pensar, etc., pero también existir)¹⁷

Entendemos que no solo el espacio, sino los objetos o diseños son un receptáculo de símbolos que crea una compleja red entre lugares, objetos y sujetos. Los objetos configuran al sujeto y los sujetos al objeto.

Así las posibilidades de los objetos van más allá de su utilidad y explotan su valor de uso a través de una excelencia simbólica, (valor de cambio-signo), con la que vienen marcados generalmente desde su origen.¹⁸

Entonces, los objetos generan toda clase de sucesos tanto positivos como negativos ya que están estrecha e íntimamente ligados, absorbidos e impuestos por sus usuarios. Este fenómeno se ha dado desde que la humanidad empezó a elaborar sus propios objetos y a relacionarse con ellos y ha crecido exponencialmente con la sociedad global y la creciente dependencia de diversos tipos de máquinas o gadgets.

1.3 EL FENÓMENO DE GENTRIFICACIÓN

Es importante decir que el concepto de gentrificación apenas suena en ciertas disciplinas en México; de hecho, apenas se conoce en el mundo por lo que las investigaciones son recientes en comparación con las que se han estudiado tradicionalmente.

¹⁷ Fernando Martín Juez, *Contribuciones para una antropología del diseño* (Barcelona: Gedisa, 2002), 69.

¹⁸ Llovet, "Ideología," 72.

Si bien las primeras referencias sobre procesos de gentrificación se remontan a las ciudades industriales del siglo XIX, cobra interés como objeto de estudio en la década de los sesenta; sin embargo, en nuestro Latinoamérica es un objeto de estudio emergente y en México las investigaciones al respecto han surgido a lo largo de la última década¹⁹

El término es usado por un proyecto colaborativo llamado Left Hand Rotation que titula uno de sus proyectos “Museo de los desplazados (Gentrificación no es un nombre de señora)”, el singular nombre proviene de un taller que comenzó documentando el proceso de gentrificación en Madrid y que derivó en una plataforma virtual a modo de museo en continua construcción donde quien lo desee puede registrar y exponer un caso de gentrificación en cualquier lugar del mundo con la intención de acercar a la población a un concepto tan ajeno, pero veamos de qué se trata este concepto:

Gentrificación es un proceso de transformación urbana en el que la población original de un sector o barrio deteriorado y con pauperismo es progresivamente desplazada por otra de un mayor nivel adquisitivo, como consecuencia de programas de recalificación de espacios urbanos estratégicos.

Según la historiadora brasileña Otilia Arantes, la cultura dejó de ser un derecho conquistado por los trabajadores en el proceso de la Revolución Industrial para transformarse en el muelle propulsor de la máquina que rige el capitalismo.

¹⁹ “Antología: El estudio de la gentrificación” UNAM Posgrado en urbanismo (Proyecto realizado gracias al programa UNAM DGAPA PAPIIT IN403314 “Gentrificación en la Ciudad de México, implicaciones en los patrones de segregación socio-espacial y desafíos de política pública”).

La instrumentalización que de la cultura se hace a favor de estos procesos de alteración de la composición social, desarticula la mayoría de las propuestas críticas que se formulan desde la acción artística, fagocitándolas con intereses inmobiliarios, empresariales, financieros...

La gentrificación afecta especialmente a la memoria colectiva barrial, imposibilitando la re-construcción del pasado, provocando la pérdida de la identidad local.²⁰

Si bien parece que esta primera fuente asume el concepto como un proceso negativo, vale la pena mencionar la existencia de teorías favor de los procesos de gentrificación, ubicando a estos como fenómenos positivos y necesarios que pueden ayudar al crecimiento o mejoramiento de las zonas segregadas, sobre todo cuando intervienen los habitantes originales y las autoridades a favor de ellos.

A menudo este proceso se confunde o enmascara con el llamado progreso, mejoramiento barrial, remodelación, recuperación o modernización, sin embargo, el concepto conlleva un complejo entramado de memoria y patrimonio intangible deteriorado o exterminado. En este sentido, las disciplinas proyectuales suelen abonar a la gentrificación cuando imponen sus intereses sobre los de los habitantes originales y su historia o patrimonio; se mejora la zona, pero a costa de la población original.

La Gentrificación, para ponerlo de manera concisa y directa, incluye tanto la explotación del valor de los bienes raíces, así como el trato a los residentes locales como objetos, más que como sujetos dignos de mejorar. Aunque el movimiento de la población

²⁰ *Museo de los desplazados* [citado el 1 de noviembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/vfzISB>

es algo común en las ciudades, la gentrificación es remplazar específicamente a un grupo de bajos recursos por un grupo social de mayor capacidad económica - local relaciona a la gentrificación con la clase. Ya sea resultado de políticas del gobierno de la ciudad o por presión de las empresas de bienes raíces, la gentrificación contrasta con intentos previos de mejorar zonas marginadas al afrontar el ambiente existente, principal objetivo de una agencia de mercado.

La Gentrificación se ha vuelto la manera para resolver el malestar social, sin brindar soluciones al desempleo, pobreza u hogares disfuncionales, sino transfiriendo el problema a otro lado, fuera de la vista, y por consiguiente marginando geográficamente a los pobres de las ciudades asegurando su ubicación económica y relevancia política.²¹

Estas políticas públicas tienen la tarea y la autoridad para frenar dicha gentrificación a través del diálogo y las acciones que contemplen un beneficio para la mayoría, sin embargo, los alcances de la gentrificación se han tornado incuantificables [Traducción propia] Kaimmer, Schooderbeek and Zonneveld, *Houses in transformation: Interventions in European Gentrification* (2009).

Cita original:

Gentrification, to put it bluntly and simply, involves both the exploration of the economic value of real estate and the treatment of local residents as objects rather than the subjects of upgrading. Even though population movement is a common feature of cities, gentrification is specifically the replacement of a less affluent group by a wealthier social group - a definition which relates gentrification to class. Whether a result of city council policies or real estate pressure, gentrification stands in contrast to earlier attempts to improve deprived neighborhoods by addressing the built environment, the central objective agency of the market. Gentrification has become a means of solving social malaise, not by providing solutions to unemployment, poverty, or broken homes, but by transferring the problem elsewhere, out of sight, and consequently also geographically marginalizing the urban poor and ensuring their economic location and political relevance.

cables y poco a poco ha tocado las ciudades más jóvenes, alejadas, olvidadas o desconocidas a costa de quienes las habitaron e incluso edificaron para verse desplazados por los nuevos vecinos.

Contra lo que los berliners luchan se llama gentrificación que es un concepto proveniente del inglés gentry (alta burguesía). Es un proceso habitual en todas las ciudades que tienen un rápido desarrollo económico, pero especialmente en la capital teutona se ha visto de manera muy rápida. Berlín es una ciudad muy joven, hace apenas veinte años que existe tal y como la conocemos: unificada. (...)

Entonces todo el mundo quiere vivir en el barrio de moda, los precios de los locales y los alquileres suben, abren cafeterías monas, restaurantes veganos y tiendas caras, la zona se aburguesa y los vecinos de toda la vida y los que habían creado la esencia del barrio se ven obligados a marcharse porque no se pueden permitir pagar ese nuevo nivel de vida.

Se han vivido incluso situaciones de conflicto debido a los intentos de centrifugación de los llamados colectivos creativos. En la ciudad de Hamburgo grupos de artistas han okupado edificios en protesta contra planes urbanísticos. En Berlín el movimiento Spreeufer für alle (la orilla del Spree para todos) organiza periódicamente manifestaciones contra Mediaspree, un grupo de inversión que pretende comprar los edificios y terrenos cercanos al río que cruza la ciudad, para construir algo así como el Gantry Plaza State Park de Nueva York.²²

La gentrificación es cada vez más común en lugares con potencial de especulación económica, sin embargo, las ac-

²² Agustí Aiats, "Berlín no te quiere," *La vanguardia* (21 de agosto de 2012 [citado el 10 enero de 2016]): disponible en <https://goo.gl/O11pQZ>.

ciones a tomar ante esta situación requieren de una comunidad unida y, sobre todo, informada, cuyas decisiones estén basadas en hechos comprobables y no solo en suposiciones o sospecha de los “síntomas de la enfermedad” como violencia, desalojo, encarecimiento de servicios y vivienda, remodelaciones o recuperaciones.

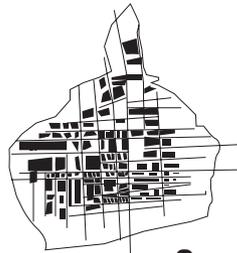
Con la información planteada hasta ahora podemos establecer la base sobre la cual se tejerá la relación entre gentrificación y diseño y que abordaremos con mayor detenimiento en el segundo capítulo, para ello finalizaremos este primero con una serie de imágenes pertenecientes al registro del ejercicio desarrollado por el colectivo PEA en 2015.



Imágenes 3 y 4. Intervención realizada en 2016 en la calle 16 de septiembre en la Colonia Centro de la Ciudad de México por el colectivo PEA, derivado del taller de “Dispositivos móviles. Formas de activación del espacio público” de la Facultad de Arquitectura (UNAM), del que fui parte en el semestre 2016-2. La acción tenía como objetivo informar a los visitantes y locatarios de la zona del posible proceso de gentrificación que está sufriendo dicha calle.



5, 6 y 7 Intervención realizada en 2016 en la calle 16 de septiembre en la Colonia Centro de la Ciudad de México por el colectivo PEA, derivado del taller de “Dispositivos móviles. Formas de activación del espacio público” de la Facultad de Arquitectura (UNAM), del que fui parte en el semestre 2016-2. La acción tenía como objetivo informar a los visitantes y locatarios de la zona del posible proceso de gentrificación que está sufriendo dicha calle.



Cap. 2 BARAJÉAMELA MÁS ESPACIO¹

¹ Expresión coloquial en México que alude a la petición de una explicación más concisa, detallada y clara en analogía con el juego de cartas llamado baraja.

2.1 GENTRIFICACIÓN Y DISEÑO

Sabemos que el diseño nació bajo la premisa de la funcionalidad y de la producción en serie donde se planteó que un mismo modelo solucionaría el problema de miles de personas a través de reglas establecidas por aquellos principios que rigen la disciplina. Con el tiempo el diseño fue adoptando poco a poco una responsabilidad mucho mayor y pronto se relacionó con problemas sociales y rebasó la funcionalidad como su único valor. Así, desde el siglo XX el diseño cambió sus modos de actuar y contribuyó a la generación de fenómenos con implicaciones simbólicas más profundas que sirven a fenómenos como el consumismo o a la discriminación.

Igualmente, el diseño ayudó a abrir camino a fenómenos más silenciosos, pero sobre todo más incisivos como el que acabamos de describir en el capítulo anterior: la gentrificación.

El diseñador puede o no actuar bajo una postura política tajante, puede incluso tratar de ser indiferente o imparcial en lo personal, sin embargo, los resultados de su tarea, como la proyección y la influencia de los diseños que realiza representan un canal e inevitablemente favorecen alguna de las posturas políticas a las que sirve. Decimos esto con la intención de averiguar de qué manera la gentrificación y el diseño convergen y se sirven mutuamente.

A través del siguiente ejemplo ilustraremos la presencia de una posible gentrificación apoyada en el uso del diseño. Ubicaremos a continuación la Av. Independencia, situada al poniente del centro de la ciudad de México y que, después

del eje central en dirección hacia el Zócalo Capitalino, se convierte en la calle de 16 de Septiembre.



Imagen 8. Ubicación geográfica del mercado Independencia en la ciudad de México. Búsqueda 2016.

Se trata de la avenida perpendicular al Eje Central Lázaro Cárdenas, una de las principales vías de comunicación hacia el centro de la ciudad. Ubicada a espaldas de la Secretaría de Relaciones Exteriores, la Avenida Independencia alberga recintos con funciones tan diferentes como las que corresponden al Teatro Metropolitano, al Museo de Arte Popular o al principal acceso al Barrio Chino. Esta calle apenas se separa por una cuadra de La Alameda Central y El Palacio de Bellas Artes.

Al hacer un recorrido por esta vía iniciando por el Eje Central, se pueden observar fachadas y establecimientos tradicionales presentes a lo largo de casi dos cuadras.



Imágenes 9, 10, 11 y 12. Fachadas ubicadas sobre la Av. Independencia antes del cruce con la calle Dolores. Derecha: después del cruce de la calle de dolores. Izquierda: casi esquina con Eje Central. Registro 2016.

A partir de ahí, el panorama se sustituye por uno drásticamente diferente, con comercios dedicados en su mayoría a la venta de alimentos, pero con un carácter más elegante y acompañados de terrazas y puertas de cristal.

Entre estos establecimientos destaca el nuevísimo “Mercado Independencia”. Inaugurado a principios del 2016, este mercado gourmet se ubica en una propiedad remo-

delada al más puro estilo hípster²³ y cuenta con una oferta gastronómica única en la zona que ofrece desde las más selectas infusiones herbales, hasta una selección de tapas de jamón ibérico.



Imágenes 13 y 14. Fachada y entrada del Mercado Independencia. Registro 2016.

Con la llegada de establecimientos como éste, no solo se modificó la imagen del lugar; los visitantes, sobre todo después de la esquina con la calle Dolores, también son otros que no están interesados en reparar algún electrodoméstico o en comprar en el rastro de la calle López; parecieran tener un acercamiento con ése entorno mucho más aspiracional que una visita local por necesidad o una cotidiana por tradición.

En el caso concreto del Mercado Independencia, para la ambientación que este lugar emplea, los elementos gráficos son uno de sus principales apoyos, además de la arquitectura y la decoración. Refiriéndonos a los primeros es importante observar los soportes empleados tanto en la identidad del mercado como en los logotipos de las marcas que alberga:

²³ Término acuñado a la subcultura contemporánea cuyos orígenes se remontan a los años 40 del siglo XX atraídos por las manifestaciones culturales independientes o alternativas.



Imagen 15. Conjunto de identidades gráficas de los establecimientos que se encuentran dentro del mercado Independencia. Registro 2016.

Abundan identidades gráficas que se inclinan por un el estilo sencillo con empleo de tipografías legibles y algunos más que incluyen las síntesis de los productos que ofertan, todos al más puro estilo de El Mercado Condesa de la Ciudad de México, que a su vez evoca el mercado de San Miguel en Madrid, lugar conocido por su ambiente gourmet. Las identidades son parte de una tendencia que pretende retomar caligrafía y lettering así como seguir un estilo *vintage* que revive la nostalgia por los viejos estilos. Todo esto forma parte del ambiente agradable y sofisticado que parece distar mucho del caos que se encuentra a tres cuadras de la Plaza de la Tecnología.

2.1.1 ESCENOGRAFÍA Y MONTAJE

En su artículo publicado para el *Journal of Design History*,²⁴ el investigador mexicano Luis Castañeda ensaya sobre cómo el diseño a finales de la década de los 60 ayudó a “montar la escenografía” para los Juegos Olímpicos de 1968 con sede en la Ciudad de México. Cuando Castañeda habla de la escenografía, trata de conjuntar los resultados del diseño y del arte que, actuando en conjunto, dieron como resultado la imagen que se proyectaría al mundo entero de nuestra ciudad: la de una capital latinoamericana alcanzando el desarrollo, moderna, industrializada y pacífica (a pesar de los hechos ocurridos y por todos conocidos en La Plaza de las Tres Culturas apenas 10 días antes de la inauguración del evento).

Así mismo, durante el evento se pretendía reflejar la imagen de una ciudad orgullosa de sus raíces indígenas (en el caso específico del logotipo de México 68 se recurrió a la referencia de los patrones realizados por artesanos huicholes)²⁵ pero con la infraestructura idónea para albergar un evento de tal magnitud, con entero orden y estricto control de todos sus imponderables.

Así, el arquitecto Pedro Ramírez Vázquez como presidente del Comité Organizador de los Juegos Olímpicos de 1968, fungió como líder del grupo de expertos entre los que se encontraban Eduardo Terrazas y Lance Wyman que trabajaron en la identidad de los juegos y la iconografía del Sistema de Transporte Colectivo Metro. Mathias Goeritz a cargo de la generación de la Ruta de la Amistad (serie de esculturas realiza-

²⁴ Luis Castañeda, “Choreographing the Metropolis: Networks of Circulation and Power in Olympic” *Journal of Design History* (Vol. 25 No. 3, 2 august 2012 [citado el 23 de octubre de 2014]; disponible en <https://goo.gl/3mw5Nv>

²⁵ Castañeda “Choreographing,” 287.

das por diversos artistas internacionales ex profeso para Los Juegos Olímpicos que tendrían lugar sobre el Anillo Periférico) en conjunto con aquellos que desarrollaron la imagen de la ciudad y el plan urbanístico correspondiente a la creación y limpieza de las principales vías de acceso. Las imágenes indignas de compartirse y ser vistas a nivel internacional como tendedores o tinacos en las azoteas, pintura desgastada, baches, pobreza o indicios de esta, fueron higienizados y maquillados detrás de la escenografía y el fachadismo.²⁶

Es sabido que este fenómeno de limpieza tiene lugar en cualquier ciudad que funja como sede de los Juegos Olímpicos, basta con echar un vistazo al escándalo recién vivido en este 2016 en Río de Janeiro, en donde las políticas sociales y los problemas de seguridad fueron la constante y en cuya propuesta de identidad gráfica, el diseño fue mercenario cosmético y obediente de una evidente postura política de globalización comercial.

Hablando específicamente de la Ciudad de México, los Juegos Olímpicos de 1968 son un antecedente histórico de la apropiación del espacio público por parte de las autoridades del comité olímpico que transformó la ciudad visible fines de escenificación como estrategia para convertir a la ciudad en una especie de andador comercial global.

Si nos ubicamos en la actualidad, encontramos esa misma escenografía montada en un sinnúmero de ejemplos dentro de la ciudad tras los cuales se oculta la desigualdad social que generan fenómenos como la gentrificación o la segregación.

²⁶ Castañeda “Choreographing,” 287.



Imagen 16. Distrito comercial y residencial Santa Fé en la Ciudad de México; el sitio anteriormente estaba ocupado un tiradero sanitario y minas de arena.²⁷

2.1.2 GENTRIFICACIÓN EXPUESTA

El escenario planteado previamente tiene un lado que podríamos interpretar como su contraparte dentro del cual existen proyectos que aseguran llevar a cabo acciones en contra de la gentrificación. La mayoría generados desde el arte, pero con la participación de diseñadores y, sobre todo, de herramientas propias del diseño para irrumpir el espacio urbano e intentar encaminarlo hacia otros intereses a través de intervenciones que deriven en la transformación del entorno y en la construcción de nuevos hábitos tanto sociales como políticos.

²⁷ Santa Fe y sus contrastes *Ciudadanos en red* [citado el 19 de agosto de 2016]: disponible en <https://goo.gl/MMPwou>

A continuación, mencionaremos algunos de los grupos dentro de los cuales se desarrollan proyectos de este tipo desde diferentes perspectivas en las dos ciudades donde se ubican nuestros casos de estudio. Cabe decir que esto deriva de la experiencia académica que significó este posgrado para reportar de manera directa ambas ciudades.

Enmedio. Activismo creativo

Es un grupo de profesionales de la imagen con sede en Barcelona cuya premisa es situarse en medio del habitar profesional común y salir a hacer un uso de la imagen revolucionario. Llevan a cabo diferentes acciones dentro y fuera de Barcelona como la que se ilustra a continuación como parte del resultado de su Taller de Acción Fotográfica en donde se generaron una serie de postales con nombre y apellido de cada uno de los trabajadores con adeudo de pago de salarios por parte de la institución bancaria Caixa en Barcelona ²⁸

Todo por la praxis.

Colectivo español multidisciplinar que funciona como laboratorio de proyectos estéticos y de resistencia a nivel cultural y social. Su objetivo es generar instrumentos o “prototipos reptiles” para que la ciudadanía recupere su derecho a la ciudad.²⁹

²⁸ “No somos números” *Enmedio* [citado el 20 de enero de 2016]: disponible en <https://goo.gl/h8ntaL>

²⁹ “Cinema Gentrify” *Todo por la praxis* [citado el 20 de diciembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/4k1E1m>

Cinema Gentrify

19-Marzo-2015 | Sección: **Proyectos**

La gentrificación es un fenómeno global que se reproduce en la mayoría de las ciudades europeas. Este fenómeno de expulsión y sustitución de los habitantes de un barrio popular por habitantes de rentas superiores se replica en diferentes contextos con causas diferenciadas aunque con efectos comunes. La gentrificación puede categorizarse en: comercial, residencial, cultural o una combinación de estas. En cada una de los casos encontramos elementos singulares para cada contexto Por lo que interesa realizar una inmersión en el fenómeno de la ciudad de Zagreb analizando las causas específicas.

Este dispositivo es un elemento portátil, compuesto por una pantalla de proyección, unas sillas/cartel y un artefacto para la proyección que permite realizar recorridos por la ciudad articulándose como una herramienta de análisis crítico.

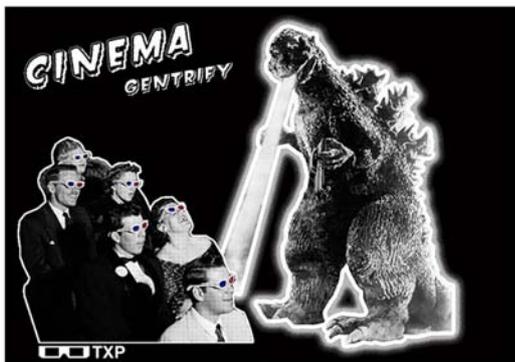


Imagen 17. Entrada de la pagina del colectivo IXP, 2016.

Iconoclasistas

Este “colectivo” está conformado con dos personas únicamente, sin embargo, en cada proyecto se unen a otros tantos para trabajar principalmente desde el mapeo colectivo y la información con imágenes de libre uso y reproducción. A través de estos mapeos acercan a la población a sus barrios reviviendo la memoria perdida del lugar y acercan proyectos de investigación de campo a diferentes comunidades.

Si bien, no es de origen mexicano, ha desarrollado diversos proyectos en el país que además están contenidos en su publicación de libre uso “manual de mapeo colectivo”³⁰



Imagen 18. Entrada de la página del colectivo Museo de los desplazados, 2015.

Left hand rotation

Se trata de un colectivo que, en conjunto con Contested cities³¹, desarrolló el documental “Permanecer en la Merced” pieza que intenta exponer la situación de los comerciantes del Mercado de la Merced (ubicado en la colonia Centro de la Ciudad de México) tras el incendio ocurrido en el interior del sitio y que forma parte del plan de renovación del 30 “Mesa callejera en Villa Urquiza” *Iconoclasistas* [citado el 8 de enero de 2015]; disponible en <http://www.iconoclasistas.net/post/etapas-de-la-gentrificacion-2/> 31 “Módulo 1. Gentrificación” *Contested cities* [citado el 10 de septiembre de 2016]; disponible en <https://goo.gl/ATv0gY>

Centro Histórico. En este proyecto también han colaborado algunos de los comerciantes afectados y hasta ahora ha sido proyectado en diferentes sedes con el fin de dar a a concoer este problema.³²

El mismo colectivo desarrolló un taller llamado Gentrificación no es un nombre de señora. Museo de los desplazados el cual pretende ser un museo colaborativo en continuo movimiento que a través de una plataforma digital trata de evidenciar el proceso de gentrificación de diversos lugares, así como informar a la gente lo que está pasando en sus propios barrios y qué acciones se pueden tomar ante esto.³³

Plataforma Nerivela

La plataforma de investigación Nerivela intenta generar conocimiento a través de la reflexión del mundo que habitamos. El colectivo mexicano ha trabajado de la mano con instancias gubernamentales y ha desarrollado diversos proyectos entre los que destaca su “Muestrario de afectos”,³⁴ proyecto en conjunto con los vecinos de Santa María la Ribera como un ejercicio de memorial barrial en una zona amenazada por la gentrificación y que finalmente fue expuesto en el Museo de Geología de la UNAM.

Existe una clara diferencia entre la manera que se aborda el tema en ambos lados del mundo. Por un lado, encontramos los colectivos que trabajan en la ciudad más cosmopolita y coloquialmente dicho, la más europea de España:

32 “Últimos proyectos” *Left hand rotation* [citado el 2 de septiembre de 2016]; disponible en <https://goo.gl/ATv0gY>

33 *Museo de los desplazados* [citado el 10 de septiembre de 2015]; disponible en <https://goo.gl/oCM3oR>

34 *Nerivela* [citado el 22 de septiembre de 2016]; disponible en <https://goo.gl/r8hbhy>

Barcelona. El tema de la gentrificación ahí está en boga, sobre todo para aquellos dedicados al arte urbano que, a diferencia de la creencia en México, nada tiene que ver con el grafiti. Otra de las áreas preocupada por el fenómeno de gentrificación se concentra dentro de las ciencias sociales: la antropología.

Existen antropólogos, etnólogos y sociólogos urbanos desarrollando decenas de proyectos estrechamente ligados con la gentrificación por tratarse de una ciudad turística y con una de los porcentajes de inmigración más altos del continente europeo. Esta situación hace que la ciudad de Barcelona genere un nicho de conflictos entre ambas situaciones y, por ende, posibilidades incontables para el desarrollo de proyectos colaborativos centrados en la gentrificación, término de todos los días, por muchos conocido y protagonista de un sin fin de estudios actuales y proyectados a futuro.

De este lado del mundo, en la Ciudad de México, existen evidentes indicios de procesos de gentrificación cada vez en más colonias y barrios tan alejados como extensos.

La mayoría de los ciudadanos de a pie parecen estar alejados del fenómeno en lo concerniente a las acciones que se llevan a cabo no solamente para frenarlo, sino también para evidenciarlo. Las investigaciones al respecto apenas tocan las áreas de las ciencias sociales, el urbanismo, la arquitectura y crecientemente el arte.

Como ciudadanos somos testigos de la llegada de nuevos restaurantes con bancas de pallets, cierres de incontables comercios tradicionales para ser reemplazados con cafés con terraza; nos encontramos con jardines reformados, aceras donde no las había, galerías, actividades sospechosamente culturales; encontramos cientos de indicios, pero

pareciera que no logramos nombrar al hecho.

A pesar de esto, es importante hablar de la trascendencia que tienen este tipo de acciones. En un ejercicio desarrollado por los artistas del barrio Kunstweekend Charlois en Países Bajos en 2012, llamado Creative Charlois Control se pretendía evaluar el riesgo de gentrificación a través del nivel de concentración de la clase creativa, siendo la mayor concentración un indicio de mayor riesgo de gentrificación.

En la ciudad como espacio de la fábrica expandida la capacidad de comunicación, la creatividad, la imaginación, la cultura es instrumentalizada en estrategias de revalorización económica de áreas populares, basadas en la proyección de una imagen de zona creativa, que aumente la demanda de residencia por parte de clases acomodadas según los mecanismos del neoliberalismo de mercado.³⁵

El ejercicio apunta que la concentración creativa es una estrategia política para revalorizar la zona; a nosotros nos da un indicio de que el arte y, en general, la industria creativa (a la que también pertenece el diseño), parecen desarrollar la tarea de contribuir a los procesos de gentrificación mucho más de lo que aportan para frenarla. El arte y el diseño se transforman en una poderosa arma de comunicación y acción política

³⁵ *Creative Charlois Control* [citado el 16 de diciembre de 2016]: disponible en: <https://goo.gl/G2CyvL>



Imagen 19. Parte del material utilizado en Creative Charlois Control, Búsqueda 2016.

En este caso específico, el arte es un vehículo de medición. También es empleado como una estrategia que promueve discursos clasistas y procesos tan complejos como la gentrificación, sirve como un comodín y privilegia la postura política a favor de la gentrificación.

[...] la motivación fundamental del desplazamiento de jóvenes

artistas a barrios pobres parece residir en la necesidad de espacios baratos y adecuados a sus requerimientos. Al encontrarse en una situación de precariedad que puede prolongarse más o menos en el tiempo, se ven forzados a buscar oportunidades económicas de residencia y taller y el apoyo en el espacio compartido con sus iguales. Al mismo tiempo el centro metropolitano ofrece toda una serie de elementos de atracción: ofertas de trabajo, instituciones, capital simbólico acumulado, etcétera. Se concibe los barrios en proceso de gentrificación como fuentes de acumulación de capital mediante su transformación en espacios de producción y consumo cultural.³⁶

[...] Uno de los grupos más señalados sería el papel de colectivos de jóvenes, artistas, bohemios, que, en un determinado momento, ejercen de grupo bisagra entre las clases populares y la burguesía asalariada, sin que resulten adecuados los calificativos de gentrificación marginal o gentrificación positiva, conceptos contradictorios en sí mismos. Estos grupos son los que trabajan a partir de presupuestos privados como los que otorga la Fundación Centro Histórico de la Ciudad de México A.C. de Carlos Slim, entre otros.

Los colectivos mencionados que a menudo funcionan como una población de transición pueden acabar siendo gentrificadores. Aquí debemos mencionar que esta estrategia es la más utilizada en México, por ejemplo centros culturales que dieron paso a la gentrificación e incluso salieron ampliamente beneficiados de ella son lugares como la Casa Vecina, el Centro Cultural España, la Casa Talavera y ATEA entre otros. Incluso de forma cínica, ignorante o ingenua organizan “Gentrificación no es un nombre de señora” con el Colectivo Left Hand Rotation y la Red de Investigación Contested Cities en México DF.

Es evidente que ante la poca credibilidad que hoy en día tie-

36 *Creative Charlois Control*

ne el discurso político y religioso, el arte se ha convertido en la llave que permite el acceso del modelo neoliberal a las comunidades, convirtiéndolas en pueblos mágicos o ciudades culturales y turísticas. El artista se convierte en el articulador de estos procesos al validarse con una actividad que pretende ser políticamente correcta. A partir de ello se ha estructurado un plan Institucional que utiliza a los colectivos de arte a manera de ariete, para que realicen el trabajo de comunidad, que el gobierno no puede organizar, posteriormente con la puerta abierta las instituciones no tienen piedad y los colectivos de arte sólo terminan por ser un paliativo o un manojo de buenas intenciones. La prueba más grande es lo que estos grupos realizan en el mercado de la Merced actualmente.³⁷

Las propuestas creativas, artísticas o culturales pueden significar un complejo entramado de intereses económicos confundidos con comunidad y en pleno 2017 parecen seguir conservando la intención de educar y enaltecer a la población más cercana a ella como sucedió a principios de siglo XIX cuando se le consideraba sinónimo de civilización.

2.2 LA ESCENOGRAFÍA DEL CENTRO: TURISMO Y MEMORIA

Entendemos que el concepto centro define una ubicación espacial con respecto a otros elementos; se trata puramente de una referencia de ubicación, sin embargo, en lo que respecta a la Ciudad de México, la colonia Centro adoptó su nombre no por su ubicación geográfica.

Esto fue debido a los movimientos de los que fue centro des-

³⁷ Pavel Ferrer y Eduardo Acosta “Arquitectura de la Pobreza Procesos de Gentrificación y Regeneración urbana” (conferencia presentada en el Foro Políticas públicas y acciones en el Centro Histórico de la Ciudad de México, 12-14 de mayo de 2016).

de sus inicios concentrando el mayor número de actividades.

Hablando en específico del Centro Histórico, podemos pensar que su importancia radica también en los simbolismos que éste lugar guarda por ser el espacio donde actualmente se llevan a cabo las actividades más importantes relacionadas con la economía, la cultura y la administración pública, así como las manifestaciones sociales con más proyección dentro y fuera de México. La zona suele atender a una gran cantidad de población flotante; llegan muchas personas a trabajar, a realizar trámites, a divertirse o a comprar, pero pocos viven allí de forma permanente. Su unidad morfo genética de ciudad se generó a partir de lo que en el urbanismo de Felipe II se conoció como zócalo, edificado las más de las veces en la geografía que ocupaba el centro político o simbólico de las culturas conquistadas; el zócalo comprende una plaza principal rodeada por edificios que albergan los poderes de la corona o el poder Real, el religioso y la administración del ayuntamiento o el tributo a la corona.

Aunque la denominación de centro histórico haga pensar que los demás centros carecen de tal historia, las ciudades latinoamericanas comparten la característica de haberse desarrollado a partir de un Centro Histórico, donde se encuentra la plaza principal y las oficinas más importantes.

«Un centro histórico no es solo una pieza más de la ciudad, sino que es el espacio desde donde se originan los procesos urbanos que han dado y dan lógica al crecimiento periférico de la misma.»³⁸ Esto en la visión de algunos, quienes sitúan al centro no como un espacio, sino como un suceso o una serie de sucesos.

Retomando el esquema 2 del primer capítulo, entende-

³⁸ Alfonso Alvarez Mora, *El Mito del Centro Histórico: El Espacio de Prestigio y La Desigualdad* (México: IBERO Puebla, 2006), 22.

remos El Centro Histórico de la Ciudad como un lugar (atravesado por los afectos), pero sobre todo como un territorio (que cuenta con ciertas memorias).

En el centro histórico están presentes el periodo prehispánico, que se demuestra con el descubrimiento de la época colonial, con una considerable edificación aledaña a la Plaza de la Constitución; la etapa de la Independencia, con patrimonios históricos como la Campana de Dolores en el Palacio Nacional; los años de la formación de la nación Mexicana, con la construcción y las modificaciones realizadas durante la Reforma en los espacios arquitectónicos y urbanos que sirvieron de escenario; no se diga del periodo porfirista, también presente; las obras representativas del triunfo de la Revolución Mexicana y posteriormente la consolidación de la identidad y nacionalidad con la segunda independencia, es decir, la económica, surgida con la expropiación petrolera, la entrega de tierra en ejidos y los programas de educación, salud, etc., también se ubican aquí, a pesar de que, poco después, se dio marcha atrás en los siguientes sexenios. Esa memoria social e histórica periodizada y plasmada en la obra urbano-arquitectónica ilustra y es la más representativa socialmente; alienta además a las demandas de la población para preservar las conquistas sociales.³⁹

Pareciera que se trata del lugar donde están acumuladas y resguardadas nuestras más antañas raíces y también nuestro acontecer diario.

Simultáneamente hablamos de un sitio que marca la pauta y sirve como un muestreo de lo que pasa en la ciudad, como la gran el síntoma tangible de inversión privada y de

³⁹ Rubén Cantú Chapa, *Centro Histórico. Ciudad de México. Medioambiente sociourbano* (Ciudad de México: Plaza y Valdés 2000), 27

recuperación de zonas para el comercio y la vivienda.

Hay determinaciones contradictorias sobre la ciudad y el Centro Histórico, pues las mismas determinaciones sociales que influyen en la expansión urbana contemporánea de carácter metropolitana actúan y ejercen presión sobre el espacio del Centro Histórico. La influencia se inserta de diversas formas; por un lado, el aspecto económico, mediante la realización de considerables inversiones en el área en tanto que sea rentable, y por el otro, el social, en la medida que tienen lugar las expresiones de las contradicciones sociales y políticas que tiene la sociedad⁴⁰

El Centro Histórico de esta ciudad es una estación obligada en cualquier visita con fines turísticos. Este espacio fue declarado en 2007 Patrimonio Mundial Cultural por la UNESCO⁴¹ y es el sitio más visitado en el país por los turistas nacionales y uno de los más visitados por extranjeros. Esta situación ha hecho evolucionar en lo que va de este siglo de una manera que no se vio en más de la segunda mitad del pasado. Ha crecido como complejo turístico hasta convertir sus costumbre más arraigadas en espectáculo.

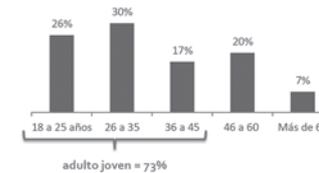
40 Cantú, "Centro Histórico," 28.

41 "Centro Histórico de la Ciudad de México," *Secretaría de turismo de la Ciudad de México* [citado el 10 de agosto de 2016]: disponible en <https://goo.gl/h25M28>



Edad del turista

Base: 366 casos



Estadísticos	
Media	37 años
Mediana	33 años
Moda	23 años

Comparativo Trimestral
T3 = Octubre - Diciembre

Grupo de Edad	Edad del viajero (años)			
	Consolidado	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nacional	75%	72%	78%	75%
Internacional	74%	81%	75%	65%
A totales	75%	76%	77%	73%
n=	1,238	451	421	366

Comparativo Trimestral
T3 = Octubre - Diciembre

(años)	Edad del viajero			
	Consolidado	Octubre	Noviembre	Diciembre
Media	37	38	37	37
Mediana	34	34	35	33
Moda	31	40	30	23
n=	1,238	451	421	366

Imagen 20. Perfil del turista que visita la Ciudad de México 2015. Fuente: Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2015. Reporte de resultados M8 Diciembre - 2015

Las construcciones se han modificado, remodelado y demolido. Representan, además del cambio económico, un evidente deterioro para la memoria del lugar. Decenas de edificios históricos están convertidos hoy en comercios de cadenas transnacionales que ocultan su arquitectura interior con mamparas o bien emplean algunos de sus pisos como bodegas como en el caso del edificio La Mexicana, ocupado actualmente por el grupo Inditex.⁴²

Antes de que se construyera el edificio, el predio estuvo ocupado por el café La Concordia, muy concurrido por los intelectuales porque era uno de los poquísimos lugares de su tipo que

42 El Grupo Inditex, cuyo dueño se ranquea entre los hombres más ricos del mundo, ocupa este edificio a través de su tienda de ropa Zara.

había en la ciudad a fines del siglo XIX. Aunque se dice que éste café tuvo que cerrar porque al final ya era concurrido solo por gente de mala nota: buscableitos, prostitutas y toreros.⁴³

Imagen 21. Postal de cómo lucía la fachada del edificio La Mexicana.



Otros tantos viven tan solo en la memoria de los menos y algunos otros todavía conservan la tradición comercial de sus productos como es el caso de algunas panaderías o restaurantes. En uno de los primeros mapeos realizados en la calle de 16 de Septiembre del Centro Histórico para esta investigación, se realizó la pregunta ¿recuerda el nombre de alguna tienda del Centro Histórico? El 90% de las personas coincidieron en su respuesta: OXXO. La hipótesis de aquél primer mapeo planteaba que las personas recordarían las tiendas tradicionales como la Panadería La Ideal, Sombreros Tardán, El nuevo mundo o Sanborns los azulejos, sin embargo, la memoria de aquellas personas entrevistadas recordó

43 “Edificio La Mexicana” *Y esto que...* (22 de agosto de 2008 [citado el 10 de diciembre de 2016]): disponible en <https://goo.gl/5U4Fok>

aquel nombre multiplicado en cada esquina; una cadena de tiendas de conveniencia, que si bien modifica sus colores corporativos de acuerdo a los parámetros que rigen aquella zona patrimonial, permea de igual forma en la memoria.

Debido a esto, podemos pensar que a través de la recuperación, remodelación y reordenamiento que la zona ha tenido en los últimos años, también se ha barrido con la memoria y el patrimonio intangible de las costumbres de antaño.

Estas acciones de reordenamiento claramente han tenido lugar en zonas específicas de esta colonia Centro que no contemplan los espacios repletos de baches y comercio informal, ni aquellos que conservan tradiciones religiosas que veneran, por ejemplo, a San Judas Tadeo o a la Santa Muerte y, en general, a la zona oriente del Centro dando como resultado una visible separación entre la zona oriente y poniente.

Otro indicio de este mejoramiento que podría tacharse de tendencioso, lo encontramos al revisar la página web de la famosa plataforma virtual Airbnb. Este sitio presume ser la conexión entre viajeros que buscan hospedaje y aquellas personas que desean alquilar espacios, misma que en la actualidad significa una competencia real y amenazante para diversos hoteles en México:

Jordi Torres, director en Latinoamérica de Airbnb, reveló a *El Financiero* que en México la plataforma tiene 20 mil espacios disponibles, mientras que Posadas, que opera más de 100 hoteles en el país, maneja 22 mil cuartos.

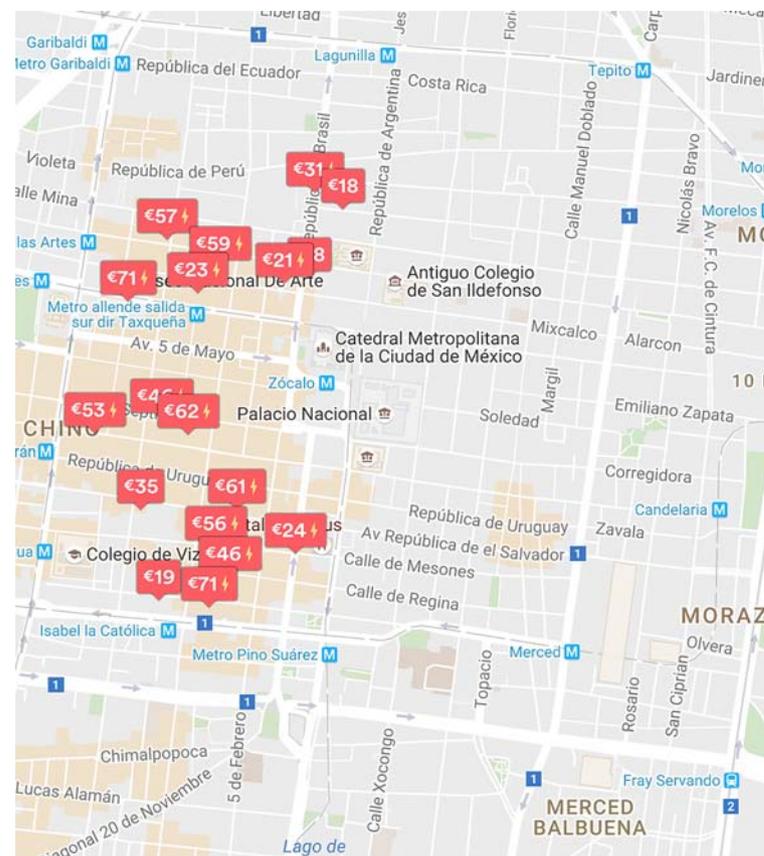
La cifra es aplastante si se compara con los cuartos disponibles de City Express y Grupo Hotelero Santa Fe, que totalizan 7 mil 178 y 4 mil 159, respectivamente.⁴⁴

44 Jair López “Airbnb acecha a Posadas en número de cuartos” *El financiero* (30 de septiembre de 2015 [citado el 15 de agosto de 2016]): disponible en <https://goo.gl/5U4Fok>

Esta información nos ayuda a ubicar a la Ciudad de México cerca de las grandes ciudades europeas como Berlín que atraviesan por un evidente proceso de gentrificación y cuyos alquileres han aumentado exponencialmente a través de esta plataforma⁴⁵.

Los resultados que muestra *Airbnb* al intentar encontrar hospedaje en el centro de la Ciudad de México, arrojan una clara tendencia hacia la zona más popular y por lo tanto la más visitada de la colonia Centro y que coincide con los espacios que han estado siendo rehabilitados a lo largo de los últimos años.

Con esto podemos tener una idea clara del cambio tangible e intangible del que está siendo objeto esta zona de la ciudad. Así mismo, hemos planteado hasta ahora una simple perspectiva del papel que desarrolla el diseño gráfico en este proceso social que terminaremos por estudiar en el siguiente y último capítulo.

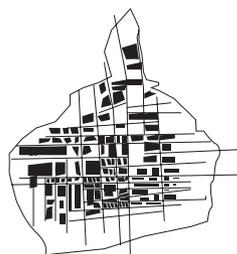


Histórico de la Ciudad de México a través de la plataforma Airbnb durante el mes de agosto 2016 <https://goo.gl/DpKj7k>

Imagen 22. Resultado de la búsqueda de hospedaje en el Centro

[gl/mvWtzI](https://goo.gl/mvWtzI)

⁴⁵ "Airbnb vs. Berlin" [citado el 20 de noviembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/6mxD0q>



Cap. 3 BCASOS DE ESTUDIO

3.1 CDMX

3.1.1 ANTECEDENTES

En ambos casos de estudio se ha formulado como objetivo teorizar sobre la relación entre dos temas: El diseño, presente como parte de las disciplinas proyectuales que, a su vez, generarán el entorno urbano y la gentrificación, o su posible presencia en dichos casos a través de diversos acontecimientos.

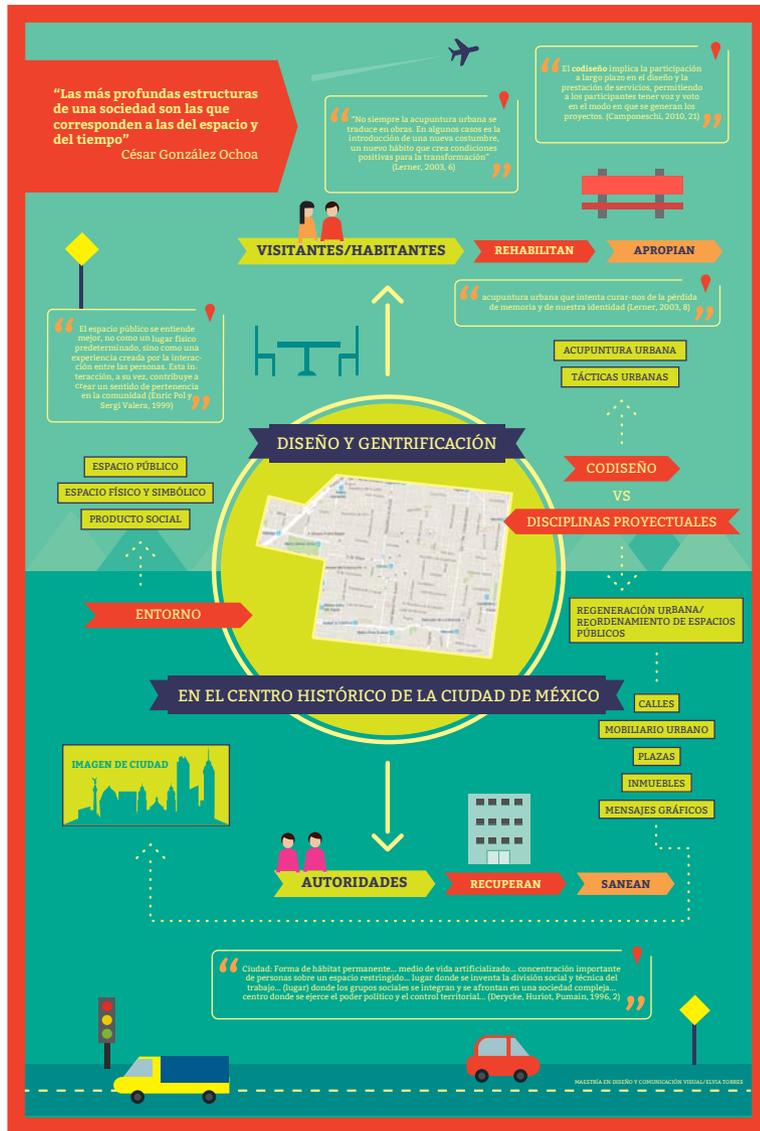
La ciudad que comenzaremos a estudiar es el contexto en el que se desarrolla la siguiente infografía.

En ésta se pueden observar los primeros acercamientos con el tema y la zona a investigar; es decir, que se presenta los antecedentes de la presente investigación de forma gráfica y concreta.

Así, podemos observar las dos perspectivas que se tomaron como punto de partida: la visión y discurso de las autoridades, así como la de los habitantes o receptores del espacio. El contexto está planteado en la calle que estudiaremos más adelante.

En ese contexto exploratorio, se realizó un ejercicio antes de encontrar la línea concreta a investigar. Tuvo lugar en calle 16 de Septiembre y consistió en hacer la siguiente pregunta a la gente que transitaba: ¿Cuál fue el último letrero que vio por aquí? La muestra, con un total de 47 personas encuestadas, generó el proceso que a continuación se muestra en forma de reporte gráfico.

Imagen 23. En la página anterior se observa la Infografía de la rela-



ción entre Entorno, Codiseño y disciplinas proyectuales en el Centro Histórico de la Ciudad de México. 2016.

Los datos obtenidos en este ejercicio demostraron más



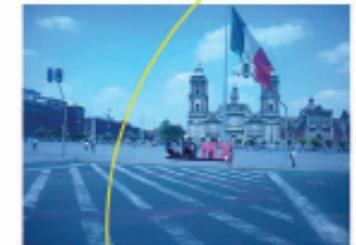
Desde hace más de una década el centro histórico de la ciudad de México ha pasado por un proceso de **gentrificación**. Con una inyección de capital privado y programas gubernamentales escudados en la conservación del patrimonio y en la recuperación del lugar, éste lugar ha sido modificado a través de diversos factores que han generado la "imagen del centro histórico" y que da lugar a una clara segmentación física de la zona, así como a una marcada división en el imaginario colectivo de sus visitantes. Algunos de estos factores están sustentados en las llamadas **disciplinas proyectuales**, dentro de las que ubicamos al diseño gráfico. Partiendo de este hecho, se realizó un levantamiento de **indicadores de percepción ciudadana** que se reporta en el presente documento que ayudara a vislumbrar el papel de una de estas disciplinas proyectuales en el entorno urbano del centro de la ciudad.

OBJETIVO:

Conocer la opinión y percepción de la gente que transita por esta zona respecto a los mensajes gráficos con los que se enfrenta.

OBJETIVOS GENERALES:

- Comprobar la hipótesis que afirma que los mensajes gráficos transforman el entorno urbano.
- Dar voz a la opinión de la gente en el lugar.
- Hacer un ejercicio de memoria entre la comunidad.
- Encontrar datos para el posible análisis futuro de la dimensión social de los mensajes gráficos.





METODOLOGÍA

La metodología empleada en este ejercicio fue retomada de las utilizadas por el colectivo chileno **Ciudad Emergente**, que combinan tácticas urbanas con levantamientos de indicadores y cuya tarea es involucrar e informar a la comunidad de éstas prácticas y sus resultados, así como el uso de éstos para posibles implementaciones que contribuyan al incremento del sentido de pertenencia de la comunidad al lugar.

El ejercicio consistió en mostrar un impreso pegado sobre cartón a cada persona. Las respuestas obtenidas eran pegadas después de cada consulta al reverso.

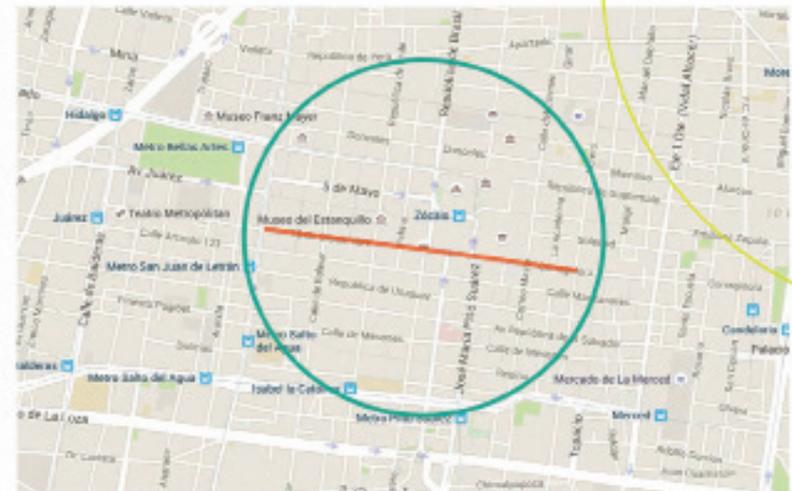
Dicho cuestionamiento estaba contenido en un **globo de diálogo** con la intención de hacer una analogía que permitiera remitirnos a los pensamientos de las personas consultadas.

Se utilizó la palabra **letrero** con la finalidad de no confundir o dirigir la atención a anuncios o marcas.



EJECUCIÓN

El ejercicio tuvo lugar el mes de mayo de 2015 a lo largo de la **calle 16 de septiembre** y hasta dos cuadras sobre la calle de Corregidora en la Colonia Centro de la Delegación Cuauhtémoc.





El ejercicio se llevó a cabo en sábado al mediodía, por lo que se infiere que las personas consultadas fueron en su mayoría visitantes de la zona. Además, el impreso fue colocado durante unos minutos a lado de la placa de nomenclatura de la calle, permitiendo que la gente lo observara y comentara con los demás su respuesta. Esos datos no se documentaron, sin embargo fue interesante observar cómo la gente reaccionó ante dicho ejercicio.



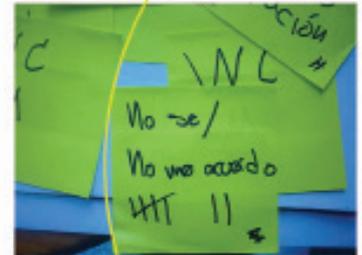
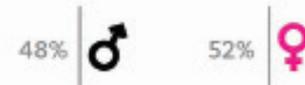
Las personas consultadas sumaron un total de 47 dando diversos resultados. Las respuestas obtenidas se dividieron por colores, correspondiendo los post it's naranaja a la calle de **Corregidora** y los de color verde a la calle **16 de Septiembre**.

Se custionó a **hombres y mujeres** por igual, sin embargo predominaron estas últimas.

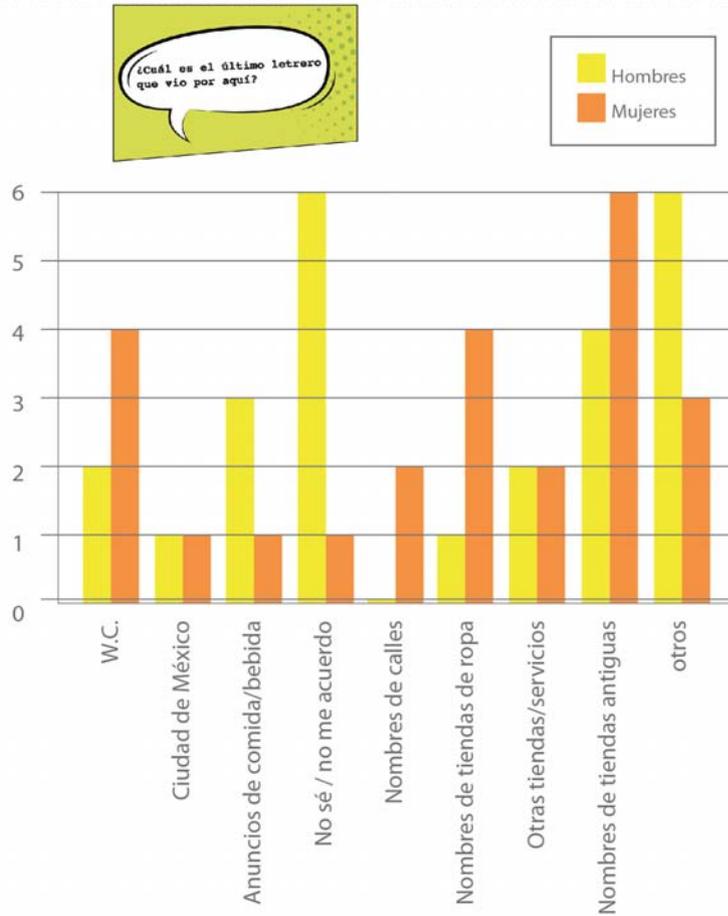
Calle Corregidora:



Calle 16 de septiembre:



En la siguiente gráfica se presentan los resultados obtenidos, siendo C1 la calle de **Corregidora** y C2 la de **16 de Septiembre**. Los números representan la cantidad de personas consultadas durante el ejercicio.



CONCLUSIONES

Uno de los aspectos más interesantes fue la reacción de la gente ante una pregunta básicamente sencilla. Algunas personas pausaban un momento antes de contestar, haciendo el ejercicio de memoria que se planteó en nuestra hipótesis. Algunas otras buscaban a su alrededor algún letrero para salir del paso y otras más simplemente se negaron a contestar. La mayoría únicamente ubló los "letreros" que necesita, que busca o que acaba de usar.

"si sé cómo llegar, yo ya no me fije en los nombres de las calles porque ya conozco, o si sé dónde es la tienda, nada más llegó".

Es importante destacar que este tipo de herramientas son útiles para conocer la manera en que la gente percibe los diferentes soportes de diseño, pensados para cumplir una función específica y que con el tiempo han adquirido o cambiado nuevas funciones en dependencia de las percepciones individuales de cada sujeto. Este ejercicio, sencillo y de bajo costo, demostró que el espacio es percibido de manera distinta, permitió llevar la teoría a la práctica y dio lugar a una reflexión personal al respecto a las implicaciones que puede tener algo tan pequeño en una calle tan aparentemente dominada.



Imágenes a 24 a 35. Proceso del ejercicio realizado en la calle 16 de Septiembre. Registro 2015.

que aspectos cuantitativos, resultados cualitativos que cuestionan la función de los productos de diseño en tal contexto. Después de ése acercamiento primario a la zona, se decidió acotar el primer caso de estudio a las placas de nomenclatura de la calle 16 de septiembre ubicada en la colonia Centro; debido a que se trata de una de las vialidades renovadas recientemente y convertida en semi peatonal. Además, esta vialidad atraviesa la Plaza de la Constitución directamente por uno de sus costados lo que le modifica su aspecto a lo largo de su extensión. Se decidió centrar el análisis en las placas de nomenclatura por tratarse de un recurso gráfico regulado por las autoridades locales que se acota a normas especiales y que difícilmente pueden modificarse.

Antes de adentrarnos en tal caso de estudio, es importante mencionar que estas placas son parte de una serie de acontecimientos suscitados en la zona como consecuencia de algunas de las acciones que han llevado a cabo las autoridades locales y que nos daremos a la tarea de ubicar en este contexto como síntomas de una posible gentrificación; entre ellos destacan:

- 1) Remodelación de vialidades e inclusión de mobiliario urbano en el caso de vialidades como 16 de Septiembre, Bolívar, Corredor Madero, Corredor Regina.
- 2) Remodelación de parques y/o plazas como el caso de la Alameda Central
- 3) Proyección de complejos en zonas altamente conlictivas como el Corredor de la Merced
- 4) Uso del nuevo nombre de la Ciudad de México (CDMX)



HUMBERTO RÍOS NAVARRETE
09/02/14 1:37 AM

Crónicas urbanas

Columnas anteriores

• 15/01/2017 Niños, del desamparo al éxito

• 08/01/2017 De Nueva Jersey a Iztapalapa

• 01/01/2017 Un tributo al taco

• 25/12/2016 "La Suenina" y otros personajes de La Merced

• 18/12/2016 Indígenas, drogas y violencia

• 11/12/2016 El huerto que nació de un temblor

• 04/12/2016 La joyera cósmica

VER MÁS

Te puede interesar

Las autoridades habían hecho intentos por rescatar antiguas zonas del primer cuadro de la Ciudad de México, incluida la convocatoria vecinal 'Échame una manita', en los 90, que consistió en despejar fachadas de edificios históricos, pero se requería algo más que un programa superficial, de modo que en los últimos años aceleraron la restauración de algunas calles como Regina, Mesones, Francisco I. Madero y, la más reciente, 16 de Septiembre, que convirtieron en peatonales. Fue el detonador para que ahora, con mayor empuje, el rescate avance hacia el barrio de La Merced, donde está uno de los principales inmuebles históricos: el ex convento que lleva ese nombre, que fue el centro del viejo mercado que décadas más tarde sería cambiado. Casa Vecina, de la Fundación del Centro Histórico, ubicada en Callejón de Mesones número 7, esquina con Regina, fue uno de los centros pioneros que surgió poco antes del rescate de esa zona, ahora peatonal, y donde se llevan a cabo actividades culturales y sociales. En el primer piso está el Proyecto Microurbanismo, cuyo director, Cristian del Castillo, lleva una bitácora precisa y un seguimiento de esa parte de la ciudad, y todo el panorama lo tiene bien claro en una maqueta adherida a la pared, donde pueden distinguirse las rutas y áreas de restauración.

Todo este corredor, comenta el arquitecto, detonó que hubiera proyectos de diversas categorías y también repercutió hacia la zona de La Merced. La plaza de La Aguilita, añade, "se remodeló y restauró, se pintaron fachadas, se integraron materiales; y algo más actual el ex convento de La Merced, que está en remodelación y restauración".

Enseguida señala con su índice las calles República de Uruguay, Manzanera y el cruce con Talavera, donde está Casa Talavera, "que está sufriendo un proceso de restauración, el cual tenía que ser muy específico por ser un predio de época".

De ahí sigue el espacio denominado La Pasarela —expropiado por el GDF, pues descubrieron el delito de trata— donde construirán una plaza comercial en la que reubicarán a vendedores ambulantes.

También sobre Anillo Circunvalación ha habido trabajos de restauración de fachadas y banquetas, mismas que se han ensanchado; similar a lo que ocurrió en la calle 16 Septiembre, donde el arroyo vehicular se redujo y, añade Cristian del Castillo, "hay mayor protección para el peatón".

Y habrá que caminar hacia el barrio La Merced.

Imagen 36. Segmento de la crónica urbana de Humberto Ríos¹

¹ Humberto Ríos Navarrete "Esplendor y decadencia del Centro Histórico" *Mileno* [citado el 9 de enero de 2016]: disponible en <https://goo.gl/2xoqbt>

como marca de ciudad.⁴⁶

5) Cambio y rediseño de placas de nomenclatura

Tales cambios, que también incluyen repavimentación, reducción de carriles, renovación de luminarias y semáforos, etc. han cambiado paulatinamente el aspecto de la ciudad y con ello su identidad, así como la relación que la población tiene con ésta.

Dichos cambios, fueron planteados en un inicio como parte de la llamada revitalización urbana y económica a cargo de La autoridad del Centro Histórico y presentados ante la UNESCO en 2011 con el nombre El Plan Integral de Manejo del Centro Histórico de la Ciudad de México⁴⁷



Imagen 37. Marca tridimensional. Búsqueda en internet de 2016.

³⁷ El Distrito Federal dejó de llamarse así para convertirse oficialmente en Ciudad de México (CDMX) a inicios de 2016. Con ello se suscitó una campaña para familiarizar a la población con el nuevo nombre, así como la aplicación de esta marca en todo tipo de soportes como la nueva imagen de transporte público como taxis y autobuses, semáforos, uniformes de las diferentes instancias de gobierno, palcas de automóviles particulares, etc.

⁴⁷ “Centro Histórico de la Ciudad de México” Autoridad del Centro Histórico [citado el 2 de agosto de 2016]: disponible en <https://goo.gl/poyjuK>

Los cambios son incuantificables, pero es crucial incluirlos como parte de los antecedentes del caso de estudio y así conocer de qué manera se ha modificado la zona.

Para empezar, nos remontamos brevemente a la historia del diseño en la Ciudad de México tendremos que hablar en primera instancia de las influencias artísticas que se remontan al siglo XIX conservándolas hasta la segunda década del siglo XX. Uno de los estilos con mayor importancia dentro de la ciudad fue el victoriano, caracterizado por la ostentación ornamental, exageración visible y saturación de elementos a gran detalle. Con pobreza de diseño, poca legibilidad y tipografía abundante, los ejemplos son extensos, aunque también existen aquellos de estilo victoriano con características más orgánicas y finas que se relacionaban con el progreso y la distinción. Otro importante estilo que influyó al diseño y el arte en la ciudad fue el Art nouveau, considerado por algunos como el primer estilo internacional del diseño gráfico. Se inició como rebelión contra el estilo victoriano y sus exponentes trataban exhaustivamente por presentar una alternativa innovadora que remitiera la idea de modernidad importado a América desde países como Inglaterra e incluso Japón y su estilo naturalista.

En dicho estilo predominaban los ornamentos orgánicos y motivos florales y tipografías curvilíneas. Se considera el primer estilo internacional comercial de donde derivaron marcas como General Electric o Nestlé. Tal estilo fue usado también en la arquitectura y en ambos casos se recurrió al uso de la excentricidad en ornamentos flexibles, ondulados y circulares con motivos animales, florales; tallos, hojas, mosaicos bizantinos y elementos estilizados e inspiraciones en xilografías japonesas. Los países que más

influyeron en el diseño mexicano de aquella época fueron algunos como: Francia, Austria España e Inglaterra.

Todas estas influencias se vieron reflejadas en periódicos, anuncios comerciales, tipografías, vestimenta, etc.

Si hablamos de la historia del lugar, es interesante hacer un breve recorrido por la evolución de lo que hoy conocemos como Centro Histórico:

En la Ciudad de México las rentas fueron congeladas en 1944, cuando México estaba a punto de entrar en la Segunda Guerra Mundial y se avecinaba un impacto fuerte en la economía para el país. Eso orilló al presidente Manuel Ávila Camacho a “congelar” las rentas que pagaban los inquilinos de la zona centro.

Ante la imposibilidad de elevar las rentas, los dueños de los inmuebles dejaron de invertir en su mantenimiento.

En 1952, la mudanza de la UNAM a Ciudad Universitaria llevó a que el barrio universitario, que ocupaba varios edificios históricos y de apartamentos, desapareciera. Eso orilló a que los dueños de establecimientos de la zona (restaurantes, cafés, bares, cantinas, hostales) fueran desocupados y en buena medida se convirtieron en bodegas carentes de mantenimiento.

En 1985, el deterioro de los edificios provocó derrumbes durante los terremotos del 19 y 20 de septiembre de ese año.

En 1990, el presidente Carlos Salinas de Gortari levantó el congelamiento de rentas y se normalizó el mercado inmobiliario del Centro, pero el daño ya estaba hecho. Del medio millón de habitantes que tenía el centro al inicio de los años 50 del siglo pasado, llegó a su mínimo histórico en 2000, con apenas 31 mil habitantes.

Tras las inversiones realizadas en la recuperación de edificios,

promoción de la zona para fines habitacionales y la apertura de fuentes de empleo a partir de 2002 inició un repunte lento, pero paulatino.

En el censo de 2010 se determinó que el centro contaba con 33 mil habitantes, dos mil más que en 2000.⁴⁸

El crecimiento de la zona no cesó en casi ningún aspecto, pero a nosotros atañe revisar detalladamente la evolución de las placas de nomenclatura a través de la siguiente tabla:

1929	Cambio de placas de identificación de calles debido al cambio de nomenclatura.
1985	Cambio de placas de identificación de calles debido al deterioro por el terremoto de 1985.
2000	Se inicia el “rescate de la zona” por parte del Fideicomiso Centro Histórico.
2011	El fideicomiso del Centro Histórico destina 5 millones de pesos para desarrollar el programa integral de renovación de señalética: letreros de arterias e indicadores de museos, entre otros, en las calles del primer cuadro de la ciudad, que forma parte de las acciones del GDF para la recuperación del espacio público. Se busca que sea discreta y no opaque la imagen del patrimonio cultural.

Imagen 38. Esquema del avance de las placas de nomenclatura en el Centro de la Ciudad de México.⁴⁹

48 Arturo Páramo “Población flotante en el Centro Histórico” *Excelsior* (12 de enero de 2014 [citado el 30 de noviembre de 2014]): disponible en <https://goo.gl/cfHKN1>

49 Berenice Balboa “Invertirán 5mdp en cambiar letreros del Centro Histórico” *El universal DF* (27 de febrero de 2011 [citado el 20 de febrero de 2015]): disponible en <https://goo.gl/im1PqM>

Existen pocos documentos o registros especializados en la materia, sin embargo, basta con hacer un recorrido a pie para encontrar dichos ejemplos que todavía se conservan.

De este modo, podemos afirmar que el diseño gráfico ha contribuido activamente en el llamado crecimiento y desarrollo de la ciudad de manera que ha contribuido y generado parte del innegable patrimonio de valor histórico y simbólico de esta zona.

Así es como la ciudad –lugar cristalizado, por excelencia, de nuestra cultura postindustrial se nos presenta hoy como lugar privilegiado para la actividad lúdica, crítica y constructora del diseño: entre sus muros desdibujados el diseño señala tanto una ética viable como una estética posible.⁵⁰

Principalmente en los últimos 15 años y como producto de una inyección de capital privado y programas gubernamentales escudados en la conservación del patrimonio⁵¹, la colonia Centro se ha modificado drásticamente a través de diversos factores que han generado una imagen e idea del Centro Histórico digna de proyectarse dentro y fuera de éste. Solo hace falta revisar la clara segmentación física, así como la marcada división en el imaginario colectivo de sus visitantes, validada por las autoridades locales como “recuperación zonal”.

Junto con los programas de restauración de inmuebles, renovación y dotación de servicios públicos, la modernización de la infraestructura de suministro de energía eléctrica y telefonía,

⁵⁰ Llovet, “Ideología,” 155.

⁵¹ El Centro Histórico de la Ciudad de México fue declarado patrimonio cultural de la humanidad en 1987 por la UNESCO.

la rehabilitación de las vialidades y el sistema de alumbrado, la depuración visual de anuncios y marquesinas, se pusieron en marcha planes de seguridad y vigilancia, reconversión y diversificación de uso inmobiliario, estímulo del repoblamiento y ocupación habitacional. La iniciativa privada invirtió una cantidad significativa de recursos para sentar las bases de la recuperación económica de la zona, que se manifestó en la generación de varios miles de nuevos empleos, condición indispensable para un nuevo desarrollo social y comunitario.⁵²

El nuevo desarrollo social al que alude la Fundación del Centro Histórico, instancia de uno de los hombres más ricos del mundo, responde al capital invertido desde hace ya 16 años.

La alineación de capitales y gobernantes por el “rescate” del centro histórico comenzó propiamente entre el empresario Carlos Slim y la administración de Andrés Manuel López Obrador. Por un lado, el gobierno del Distrito Federal publicó el Bando 2, que prohibía la construcción de conjuntos habitacionales en 12 delegaciones y la permitía sólo en las cuatro centrales, con el objetivo de redensificar estas últimas.

Por otra parte, en 2001 apareció Slim como coordinador de un comité ejecutivo dedicado a una llamada recuperación del centro y arrancó un proyecto de remozamiento de diferentes calles del poniente del llamado primer cuadro: Madero, Bolívar, Isabel la Católica, 5 de mayo, Tacuba, Donceles, 5 de febrero, Venustiano Carranza. La renovación de cada calle significó también el desplazamiento de los vendedores informales ahí asentados. Más aún, en ese mismo año, se fundó una empresa

⁵² “Carta de presentación” *Fundación Centro Histórico* [citado el 11 de mayo de 2016]: disponible en <https://goo.gl/sGDKiv>

llamada “Centro Histórico de la Ciudad de México” (CENTMEX), que fue adquiriendo inmuebles especialmente en el mismo perímetro donde se remozaron calles.⁵³

En lo que concierne a los anuncios comerciales, la gaceta oficial establece que solo pueden usarse hasta dos colores por anuncio, o conjunto de anuncios en donde las letras podrán ser de color negro o café. Los colores y el fondo del anuncio no pueden ser brillantes ni fosforescentes, deben ser tabaco, dorado, plateado o blanco. El fondo del anuncio deberá ser de color blanco, negro, azul marino, café tabaco, verde bosque o vino, y en tonos mate. Sin embargo, respecto a las placas de nomenclatura no establece parámetros y, hasta este punto de la investigación, no se cuenta con información de la compañía o instancia que lleva a cabo dicha empresa.

3.1.2 DELIMITACIÓN

Oficialmente, el área está dividida en dos zonas denominadas A y B.

Dentro de la zona A se encuentran los edificios más representativos como El Palacio Nacional y La Catedral Metropolitana, así como importantes y tradicionales sitios como La Alameda Central y el actual Corredor Madero, los cuales han sido remodelados casi en su totalidad.

La zona B, por su parte, se halla más lejana de la Plaza de la constitución, circundando la zona A casi por completo.

⁵³ José Ignacio Lanzagorta “El Centro Histórico a la venta” *Nexus* (12 de agosto de 2014[citado el 3 de enero de 2016]): disponible en <https://goo.gl/NMRxuW>



Imagen 38. Delimitación por CENVI (Imagen de Luz de Lourdes Cordero)

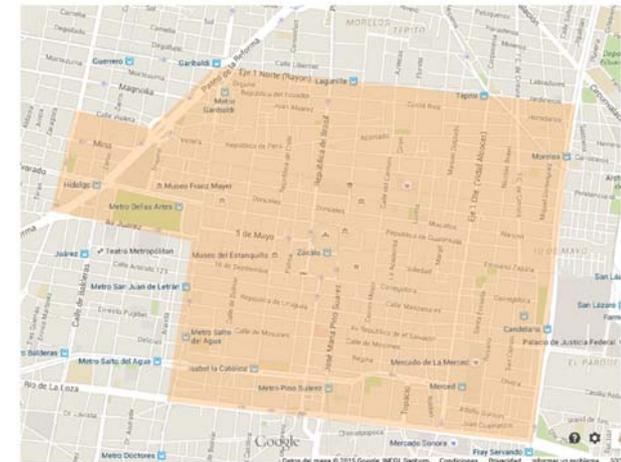


Imagen 39. Delimitación google maps (búsqueda: Col. Centro)

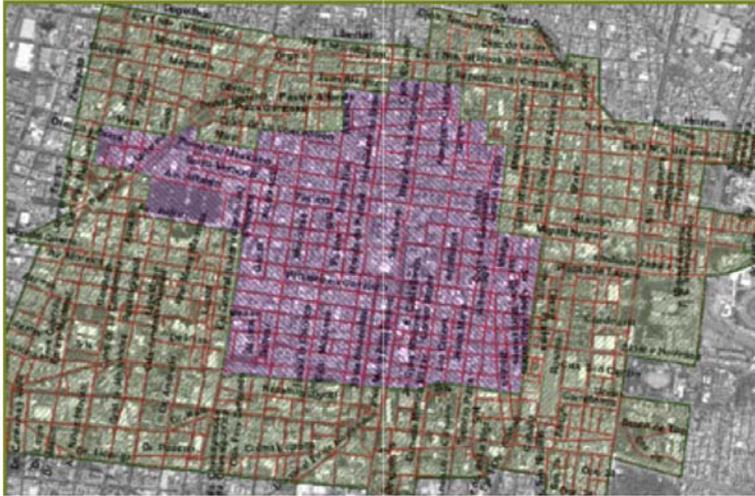


Imagen 40. Delimitación Fideicomiso para el Centro Histórico

Es dentro de la zona A donde ubicaremos nuestro caso de estudio: las placas de nomenclatura de la calle de 16 de Septiembre. Ésta se extiende desde el eje Central Lázaro Cárdenas hasta La Plaza de la Constitución, propiamente el Zócalo de la ciudad. La calle es parte del “Plan de acciones del entonces Gobierno del Distrito Federal (GDF) para la recuperación del Centro Histórico” que se llevan a cabo desde hace más de una década. Ha sido convertida en semi peatonal, destinando únicamente un carril para automóviles y dos más para transeúntes. De esta manera, hasta la calle de Bolívar representa una salida del primer cuadro de la ciudad y hasta una cuadra antes de la plancha del zócalo significa únicamente la entrada a un estacionamiento público, situación que genera un recorrido prácticamente a pie.

Es importante mencionar que, en cuestiones de mensajes gráficos, el gobierno de la ciudad exenta al Centro y a todas las zonas históricas de la ciudad de los parámetros que rigen al resto de la ciudad. Es por eso que existe una instancia encargada de regular los mensajes que se emiten en esta zona, misma que cuenta con un diseño de placa de nomenclatura propio, elaborado por el comité y aprobado por el INAH y la SEDUVI.

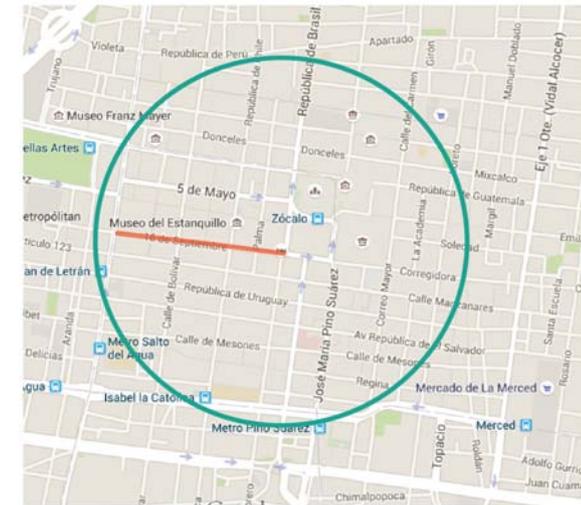


Imagen 41. Ubicación geográfica del primer caso de estudio

3.1.3 ANÁLISIS FORMAL

Durante la investigación, se encontraron 3 tipos de placas en la calle de 16 de Septiembre que corresponde a distintas épocas y estilos y que nos daremos a la tarea de analizar:

1) La primera clasificación da lugar a las más antiguas, cuya fecha data del siglo XIX y XX. De estilo neocolonial, estas placas conservan la denominación que tuvieron las calles del centro de la ciudad durante aquellos años. Podemos observar en las siguientes imágenes que todas coinciden en estilo y periodo de 1869 a 1928. En 1928 la nomenclatura se modifica a raíz del cambio de gobierno de Plutarco Elías Calles a Emilio Portes Gil.

Antes del actual, la calle 16 de Septiembre tuvo el nombre de 1ª cerrada de la Independencia, los demás ejemplos corresponden a las placas que se conservan actualmente en las vías que cruzan perpendicularmente la calle analizada. Todas estas fueron realizadas en cerámica y rotuladas a mano. En ninguna observamos variantes de color en texto y en marco; se aprecia el mismo tono de azul y verde para los diferentes elementos.

Los marcos constan de una delgada línea en azul seguida de una que incrementa considerablemente su grosor en verde. El fondo se conserva del color natural de la cerámica y se puede notar una clara intención de generar trazos ornamentales en los rasgos ascendentes y descendentes de algunas letras. La composición es centrada y proporcional al tamaño del rectángulo, así mismo no se observa preocupación por respetar márgenes cuando hay texto en exceso.



Imágenes 42 a 47. Placas ubicadas en el Centro Histórico de la Ciudad de México correspondientes al siglo XIX y XX. Registro 2016.

A lo largo de esta calle se conservan únicamente las placas correspondientes a la nomenclatura de la calle, sin embargo, durante el registro fotográfico realizado para esta investigación, se encontró una variante que corresponde a lo que fuera en 1850 el “Hotel de la Gran Sociedad”. Aun sabiendo que no es objeto del análisis actual, es importante destacar que este espécimen comparte las características de los anteriores aportando una variación en el marco más ornamentado que los anteriores, así como la importancia que representó mostrar a la gente la importancia del inmueble a través de una placa informativa más completa.



Imagen48. Ejemplo de placa informativa. Registro 2016.

2) La segunda clasificación corresponde a 4 diferentes tipos de placas que se han agrupado a causa de la similitud de su estilo. De la misma forma que las anteriores, se ilustran las encontradas sobre 16 de Septiembre, así como las correspondientes a las calles que la interceptan.

No hay fecha exacta para este grupo, sin embargo, se infiere que el diseño corresponde al cambio de placas realizado en 1985 y que éstas han sido renovadas intentando dar continuidad a dicho estilo.

Están elaboradas en peltre pintado en azul, color que no varía considerablemente de una a otra. Además, cuentan con un tratamiento que curva la lámina de manera que les permite sobresalir de la pared donde son colocadas.

El texto y la envolvente que lo enmarcan aparecen siempre en blanco. En estos dos primeros ejemplos el uso de la tipografía es en altas y bajas. A pesar de que la fuente varía en cada ejemplo, todas son romanas.

Observamos además la clara intención por ocupar la totalidad de la placa con el texto.

Nuestro primer ejemplo tiende a ser más largo y angosto que el segundo, pero ambos están enmarcados por una envolvente característica que dobla en sus 4 ángulos.



Imagen 49. Placas correspondientes a 1985 aprox. Registro 2016.

Los siguientes ejemplos son de reciente manufactura, esto se puede saber al observar el mínimo desgaste que muestran ambos. Por tal razón, el estilo cambia radicalmente para inclinarse por lo moderno y lo funcionalista.

En la imagen 55 se usa únicamente tipografía en altas y se observa una clara diferencia en cuanto a interlineado y a los márgenes respecto a la envoltente cuyo grosor es mayor, pero conservando el mismo detalle en los ángulos. Así mismo, es claro el cambio de color del fondo que se oscurece ligeramente.

La imagen de la derecha usa tipografía en altas y bajas y podemos observar una intención todavía más notoria por mantener una composición balanceada y espaciosa. La tipografía también es serif, pero con un interletrado mayor. Además del marco que se emplea para todos los casos de este grupo, el último ejemplo incluye el nombre de la colonia y de la ciudad al centro. Este texto aparece en tipografía sans serif y en un puntaje apenas perceptible a la distancia a la que se encuentra para ser leída.



Imagen 50. Otros tipos de placas encontradas. Registro de 2016.



Imágenes 51, 52 y 53. Aspecto de las últimas placas colocadas en la zona en el registro de 2016.

3) El último grupo pertenece al “Programa de sustitución y rehabilitación de la infraestructura general en el Centro Histórico”. En 2011, se anunció que se destinarían 5 millones de pesos por parte del fideicomiso del Centro Histórico para desarrollar el programa integral de renovación de señalética que incluía las placas de nomenclatura⁵⁴.

En este apartado ubicamos las que tienen un soporte más detallado y ornamentado.

⁵⁴ Berenice, “Invertirán 5 mdp”

Elaboradas en metal, el fondo es invariablemente negro y la tipografía es empleada únicamente en altas. En este caso el texto aparece en dorado de manera que contrasta con el fondo.

El interletrado e interlineado son mucho más abiertos que en los ejemplos anteriores. Se observa además la intención de cubrir el fondo casi en su totalidad por lo menos de manera horizontal con una composición centrada en serif.

En los ejemplos que a continuación se muestran, observamos una justificación forzada del texto con la intención de marcar una línea visual al principio y al final del texto

Además de la nomenclatura de la calle, la placa incluye tres iniciales en un puntaje considerablemente menor que hacen referencia a la zona postal, en este caso la número 1. Además, se incluye la denominación para el tipo de vía, ya sea calle, avenida, cerrada, etc.

Es importante destacar que los ornamentos que acompañan este tipo de placas, mismos que podemos localizar arriba y abajo de ésta, cumplen una función meramente estética con reminiscencias al estilo art nouveau.

Cabe mencionar que este tipo de placas se encuentran únicamente en algunas calles del lado poniente de la zona A del centro histórico; contrariamente los ejemplos anteriores se hallan básicamente en la mayoría de las calles que rodean a la Plaza de Constitución.

3.1.4 INTERPRETACIÓN

Estos mensajes visuales pueden ser clasificados en una primera tipología como: informativos, de ordenamiento y quizá hasta poder o de una ordenanza jurídica o simbólica impuesta al ciudadano.

Mediante estos soportes observamos al diseño como una disciplina de signos y símbolos, en este caso el uso de materiales y la tipografía como protagonista y fenómeno ideológico a través del cual se generan los mensajes a difundir.

El hecho de sustituir una placa de nomenclatura antigua por una que pretende serlo, a través de elementos decorativos, nos habla de una intención de escenografía. También puede ser interpretada como una intención de ambientación y adorno que nos hace situarnos en un entono histórico y digno de preservarse a través de la imposición de un producto del diseño.

Todo espacio arquitectónico será portador de una cierta visión de mundo, de una cierta manera de ver y entender la realidad que nos rodea; y no sólo es portado sino que una de las funciones de ese espacio es la de inculcar esa visión, enseñar o imponer esa manera de ver; en suma educar a los demás⁵⁵

Es imposible asumir que acciones como esta únicamente tratan de renovar la zona con materiales más resistentes o adecuados; es evidente el uso del diseño y de cualquier disciplina proyectual como herramienta para transmitir un mensaje plasmado de una intención con una carga simbólica que modifica el entorno. Por ello, el entorno urbano más que el escenario físico donde se desarrolla la vida de los individuos, deberá considerarse como un producto social dependiente de la interacción entre personas que comparten un espacio y que supera la dimensión física y adopta una dimensión simbólica y social.

⁵⁵ González, “El significado del diseño,” 22.

3.2 BCN

3.2.1 ANTECEDENTES

El segundo caso de estudio, no de menor importancia, pero sí de menor extensión en esta investigación, se encuentra en la ciudad de Barcelona. Situada entre mar y montaña, es la capital de la región de Cataluña en España, ubicado al sur de Europa y que funciona desde hace tiempo como frontera y lugar de paso o arribo para los inmigrantes principalmente de África y Asia.

Durante el siglo XX Barcelona fue protagonista de un cambio urbanístico con el conocido “Modelo Barcelona”, implementado más tarde en diferentes ciudades a lo largo del globo. Dicho modelo representa un tipo de pensamiento que pretendía “modernizar” la traza urbana con una disposición ortogonal implementado por Cerdà:

Barcelona ha ocupado un papel preponderante en la difusión del desarrollo urbanístico. Es conocido mundialmente el papel del ingeniero militar Ildelfonso Cerdà, a quien se encargará la reforma y ensanche de la ciudad. Éste llevará a cabo su propuesta asumiendo, con una fe indeleble en el progreso, la razón y el capitalismo y suscribiendo los principios básicos de Haussmann (Grau, 2009; Magrinyà Torner, 1990).

Precisamente es a Cerdà al que se atribuye el primer intento de aclaración de esta «ciencia de la ciudad». En su Teoría general de la urbanización ensayará una definición. Lo que pretende el ingeniero es establecer elementos comunes a todas las ciudades y crear una ciencia que propiciase entornos satisfactorios para sus habitantes.⁵⁶

⁵⁶ Miguel Fernández *Matar al chino* (Barcelona: Virus editorial, 2014), 27.

Al tiempo que se implementaba de manera formal el complejo plan urbanístico en la ciudad, se esperaba la llegada de las Olimpiadas de 1992, por lo que la ciudad de Barcelona sufriría todavía más cambios y adaptaciones para dar lugar al evento y a la demanda de servicios que un acontecimiento de magnitud mundial implica. Una vez “modernizada” la ciudad, surgió la tarea de sanear zonas y ampliar otras de manera que se adecuaran al nuevo rumbo que tomaba la ciudad cosmopolita.

En el centro, cerca de la zona más turística, estaba ubicado el “barrio chino” caracterizado por la suciedad y la ingobernabilidad; en el corazón de lo que hoy conocemos como el barrio del “Raval”. Esta zona ha sido motivo de muchas discusiones a lo largo de su historia para tratar de definirla y darle un orden para incluirla en la zonas turísticas y con viabilidad para ser explotadas como afirma Miguel Fernández:

Las intervenciones urbanísticas [en el Raval] actuales implementarían, en una secuencia histórica, los discursos tradicionales de las prácticas de control justificadas por la misericordia, el higienismo, el urbanismo junto con el civismo y el progreso —entendido este último en su versión más reciente, según la cual «hay que situar Barcelona en el mercado de las ciudades globales»—.4 Gran parte del barrio del Raval ha sido desde sus orígenes —y es aún hoy— expresión de vida urbana o, en términos de Milton Santos (1986), sede de multiplicidades humanas y, por lo tanto, lugar de procesos de subjetivación diversos, espacio de actos imprevisibles en el cual la colisión social es constitutiva. Esta colisión constitutiva quisiera ser neutralizada por las instituciones al cargo, basándose en esta reflexión utilitaria sobre el bien. Esta reflexión per-



Imagen 55. Páginas interiores del libro Hospital 106, 4a 1a.



Imagen 56. Registro en el Barrio del Raval. 2015.

Este barrio es hoy la zona con mayor población inmigrante y prostitución, por ello también uno de los lugares preferidos para la vida nocturna, la venta y consumo de drogas y para el turismo. Todo eso ocasiona que sea igualmente una zona de conflicto:

El conflicto urbano, entendido como sustantivación del conflicto social y económico en la ciudad —que cuenta con una larga e intensa tradición en el Raval— sería liquidado. La nueva interpretación de la noción de conflicto se instituiría como premisa del orden urbano, aunque, como he dicho, descargada completamente de significado. El conflicto abandonaría su condición de concepto de síntesis de los antagonismos socioeconómico, para convertirse en un marco normativo de prácticas ciudadanas en el espacio público, al servicio de una nueva implementación de las culturas de control.⁵⁹

Los extremos de esta situación, están ocupados por los habitantes o visitantes del lugar y por las autoridades. Ambos tienen intereses, razones y métodos propios para apropiarse del lugar.

Por su parte, el ayuntamiento de Barcelona no provee de los servicios necesarios para la población como baños públicos o zonas de recreación y los habitantes van generando su hábitat y cubriendo sus necesidades a la medida de sus posibilidades que distan mucho de la planeación urbanística original. Los habitantes tienen su propia imagen de ciudad, que por momentos es un extensión de tierra con sus propias mezquitas y carnicerías.

La figura de la autoridad que sigue intentando de a poco sanear y recuperar como se ilustra en la anterior infografía

⁵⁹ Fernández, "Matar al chino," 160.

barrio popular debido a que, en cuanto a la disposición geográfica, Barcelona no cuenta con un zócalo a partir del cual se desarrolle la ciudad para elegir una calle como la de 16 de septiembre en la Ciudad de México. No se considera toda la extensión de Carrer de Sant, sino únicamente el tramo que va de La Rambla a Carrer d'Espalter.

3.2.3 ANÁLISIS FORMAL

Se eligió esta calle debido a que comunica una de las principales zonas turísticas (Las ramblas) con uno de los barrios más contrastantes, el barrio del Rava. En comparación con el caso de estudio en la Ciudad de México, esta calle asemeja la vía de comunicación entre ambas zonas de contraste. Se extiende hasta una de las principales avenidas (Paral·lel), pero nos abocaremos a estudiar únicamente la fracción considerada como la más representativa para nuestro análisis el cuál partió de un registro fotográfico en esa vialidad con la finalidad de analizar las marquesinas de los establecimientos comerciales y generar una tipología que nos llevara a un análisis más profundo.

En este caso de estudio se recurrió al análisis de las marquesinas o anuncios de los comercios situados en esa vía con la intención de encontrar patrones o tendencias en sus estilos, debido a que las placas de nomenclatura de esa ciudad no presentan ninguna variante significativa más allá de su antigüedad.

Es importante mencionar que la diversidad encontrada en esa calle tuvo como resultado la siguiente tipología, elaborada en conjunto el Dr. Manuel Delgado, director del grupo de investigación de Antropología del Conflicto Urbano en la ciudad de Barcelona:

a) Funcionales

También podrían ser llamado modernillos de acuerdo con Miguel Fernández.⁶² Su estilo es sencillo. Las fuentes tipográficas a las que recurre son altamente legibles; Sans Serif sobre una superficie contrastante lo que favorece la lectura a distancia.

Tenemos dos ejemplos de esto a continuación; ambos de reciente manufactura. En el primer caso corresponde a una remodelación que convirtió el hotel de bajísimo costo en uno de lujo de casi uso exclusivo para turistas que buscan hospedarse en una zona céntrica de la ciudad. En el segundo caso, se trata de un recinto perteneciente al ayuntamiento y que apuesta por una imagen en blanco y negro de características simples.



Imagen 59. Registro en Carrer de San Pau. 2016

⁶² Fernández, "Matar al chino," 163.

b) Étnicos

Este tipo de anuncios son aquellos que retoman elementos propios de la cultura inmigrante; en su mayoría corresponden a la población indo islámica y se trata de comercios locales que proveen de los productos básicos a la población que ahí reside.

En el primer caso observamos dos anuncios del mismo tipo de servicio. Ambos recurren a una traducción. La tipografía esta vez es empleada con patines y con una placa en contraste con el fondo. Los soportes son parte del mecanismo que sirve como fachada y cortina. El segundo caso se distingue por anunciar un tipo de comercio para una población en migrante específica. Además, está acompañado de fotografías que apoyan el mensaje.

Cualquiera de los casos hace uso de referentes culturales ya sea a través de nombres, colores, que podrían remitir a una bandera, o el simple cambio de idioma.



Imagen 60. Registro en Carrer de San Pau. 2016

c) Tradicionales

Esta categoría pertenece a aquellos que conservan una imagen antigua y dentro de la cual podemos establecer dos subcategorías: 1) Anuncios realmente antiguos y con una imagen tradicional y ornamentada y 2) Aquellos anuncios que pretenden parecer antiguos y se valen de esa imagen para promocionar la tradición y la experiencia; puede que los anuncios no sean propiamente viejos, sino que tengan un tratamiento que los incluya en esa categoría.

Los ejemplos que a continuación se muestran pertenecen en su mayoría a restaurantes, algunos de ellos son parte de los pocos bares tradicionales que sobreviven en la ciudad y que también ofrecen menús diarios. Sus dueños continúan siendo los originales; lograron superar la crisis económica que obligó a la mayoría de ellos a traspasar su negocio con adornos incluidos a algún chino recién llegado a finales del siglo pasado.

Este tipo de lugares anuncia su nombre con tipografías pasadas de moda y arreglos de los 80's o 70's. Es importante mencionar que la mayoría de ellos recurren al uso de pizarrones en donde suelen anunciar las promociones, menú del día o novedades para atraer a todo tipo de clientes pero que, generalmente, no están considerando a turistas por no ser lugares de moda o de alto estándar.

El ejemplo de la izquierda en la siguiente página es uno muy singular, ya que se trata de la fotografía de uno de los establecimientos más antiguos de la zona y también de la ciudad, cuya transformación ha permitido la conservación de la gráfica original a pesar de que el lugar haya cambiado de giro. Es muy raro encontrar algún establecimiento que mantenga la gráfica de origen, el mismo giro y se encuentren en activo.



Imagen 61. Establecimientos de Carrer de San Pau. Registro 2015.

En este restaurante se observa claramente las influencias del art nouveau en la tipografía, así como el uso de una serie de vitrales mucho más recientes que refieren a la época inicial del siglo pasado en donde se daban cita los habitantes de la Barcelona de aquella época.

Observamos en el ejemplo de la derecha el uso de tipografía en altas y palo seco con un color que parece indicarnos fue dorado en sus inicios y pintado sobre la fachada del establecimiento, en este caso de manera lo cual lo convierte en un conjunto visible e identificable desde una distancia mayor que los antes mencionados. Además de eso, debido al uso de los materiales en la fachada, es notorio que en esa época el lugar representaba cierta exclusividad



Imagen 62. Registro en Carrer de San Pau, 2015.

El siguiente ejemplo corresponde a un establecimiento cerrado en el que podemos observar el uso de materiales completamente diferentes que consiguen dar una imagen muchos más común y sin tanto cuidado. Una vez más encontramos el uso de una tipografía en altas, esta vez serif y en contraste con un fondo blanco. Podría suponerse que se trató de una caja de luz que proveía iluminación extra al anuncio.



Imagen 63. Registro en Carrer de San Pau, 2015.

d) Asépticos

Esta última categoría nos remite a la primera, ya que pretende dar una imagen limpia y sofisticada. A primera vista se observa que este tipo de anuncios contrastan con su entorno ya que, al caminar la calle de Sant Pau a prácticamente cualquier hora, es notoria la normalidad de sus marquesinas, sin intenciones de visitas turísticas ni de enaltecer su aspecto.

Sin embargo, este tipo de gráfica recurre al uso de tipografía clara y en la mayoría de los casos en altas. Los colores no suelen contrastar mucho, son discretos y en algunos casos recurren al grabado directo en soporte por ejemplo el vidrio. No existe mayor complicación que la de las fachadas reformadas.

Los casos aquí exhibidos representan un muestreo de los encontrados durante el registro fotográfico. El análisis realizado es apenas un atisbo a la riqueza gráfica de la ciudad,

pero nos acerca a futuras reflexiones, todas estrechamente relacionadas con la manera en la que el diseño gráfico el espacio que ocupa. La multiculturalidad está reflejada en simples tiendas de conveniencia y hoteles exclusivos.

El diseño es una manera de interpretar los hechos sociales que ahí acontecen, reflejan el estado de la gente que lo usa día a día. No hay marcas transnacionales, no hay anuncios de refresqueras ni cartulinas fluorescentes como en el caso de estudio de la ciudad de México porque el lenguaje es otro, pero el mensaje es el mismo.



Imagen 64. Registro en Carrer de San Pau, 2015.

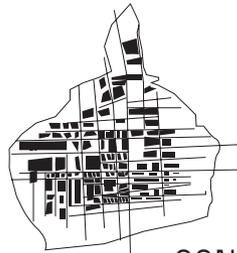
3.2.4 INTERPRETACIÓN

La gráfica empleada en esta calle y en general en la zona

del Raval corresponde en su mayoría a la decisión individual de cada locatario. Ante varios intentos por gentrificar el lugar, la población y negocios que resisten han impuesto un estilo multicultural, modernillo y cosmopolita a la zona, sin embargo, la intención de la autoridad por sanear el barrio se ha manifestado a través de diversas campañas publicitarias. La impresión que dicha autoridad puede generar pareciera permisiva y en pro de la ciudad incluyente con residentes de todas las culturas y las costumbres, sin embargo, las acciones que han sacado de a poco a los habitantes de antiguas construcciones declaran lo contrario.

En los viejos edificios destinados a la vivienda no dejan de verse las consignas que claman por un barrio digno, sin prostitución ni mal olientes, un barrio tranquilo y sin problemas, tales exigencias dejan de lado la historia de barrios con una tradición de prostitución y bares de clase media cuya cotidianeidad no contemplaba la llegada de nuevos inquilinos avergonzados de los vecinos originarios, de los pakis y guiris que ensucian y demeritan la zona con su simple presencia.

Lo expuesto hasta ahora le da al lector las herramientas para hacer una reflexión en cuanto a las diferencias y similitudes de dos ciudades tan lejanas, pero tan cercanas en este aspecto social de lucha continua entre el despojo y la resistencia.



CONCLUSIONES

Esta investigación representa apenas una ventana a la vorágine de manifestaciones en torno a la relación entre diseño y el fenómeno de gentrificación.

Por lo que respecta a los casos de estudio, es imposible hacer una comparación entre las calles de Barcelona y las de la Ciudad de México ya que se encuentran en situaciones completamente diferentes. Por ejemplo, la traza urbana de la ciudad de Barcelona no cuenta con un zócalo o primer cuadro como en el caso de nuestra capital. Por su parte, la población tiene una marcada diferenciación de clases sociales y el número de inmigrantes alojados en la Ciudad de México dista mucho de la capital europea. Sin embargo, ambas ciudades manifiestan una proliferación de nuevos bares, hoteles de lujo, cortinas comerciales con intervenciones artísticas patrocinadas por grandes marcas, o alguna otra manifestación de las disciplinas proyectuales que impone sus intereses y barren con la memoria de los lugares conocidos durante años como barrios tradicionales.

En el caso de la Ciudad de México, las estrategias gubernamentales han intentado proyectar una idea de ciudad segura y preocupada por preservar el patrimonio cultural, así como una centrada en rescatar las zonas tomadas por la delincuencia o en plena segregación A través de diferentes medios, pero con el mismo discurso.

Esta idea ha sido exitosa y el turismo nacional y extranjero muestra resultados tangibles, como podemos observar en la siguiente gráfica de las encuestas realizadas apenas en el año 2015.



Imágenes 65 y 66. Fachada Ciudad de Barcelona (izquierda) y Ciudad de México (derecha). Registro 2015.



Imagen 67. Lo MEJOR de la Ciudad de México, 2015 Reporte de resultados M8 diciembre - 2015⁶³

66 “Centro Histórico de la Ciudad de México” *Secretaría de turismo de CDMX*

Por su parte, la ciudad de Barcelona es por mucho uno de los destinos preferidos entre estudiantes y viajeros europeos que buscan pasar un verano cálido o una amplia oferta de actividades culturales y festivas.

España es para los migrantes asiáticos y africanos lo que México es para los migrantes latinoamericanos, un puente lleno de oportunidades que no pueden encontrar en su propia tierra. El hecho representa un sinfín de conflictos dignos de ocultarse. Además, se conoce que en Barcelona existen antiguas edificaciones romanas o góticas que en realidad no son tan antiguas ni tan góticas como al turismo se le hace creer. Ciertos edificios, puentes e iglesias fueron camuflados en pleno siglo XX dentro de estos estilos para darle un sentido histórico a la ciudad de Barcelona y así cambiar su aspecto por uno gotificado y por demás atractivo.⁶⁴

En ambas ciudades la escenografía se monta de acuerdo a las necesidades; ya sea para atraer cada año a un mayor número de turistas o para cautivar a los más interesantes inversionistas, la ciudad se manipula y maquilla de acuerdo a la ocasión.

Una creciente ola de renovación y modernización son posibles indicios de un proceso de gentrificación en las calles planteadas en ambos casos de estudio de ambas ciudades.

Respecto a la importancia que tiene el diseño en los procesos de gentrificación, hemos podido ver a lo largo de este análisis que la relación entre el diseño y el entorno urbano es por demás estrecha, sin embargo, también hemos descubierto que el diseño únicamente acompaña los posibles procesos de gentrificación enunciados aquí. No es un displacido [citado el 10 de agosto de 2016]: disponible en <https://goo.gl/h25M28>

64 “Barcelona” [citado el 20 de diciembre de 2015] disponible en <https://goo.gl/k2afyB>

rador, sino de uno de sus complejos síntomas; conlleva una postura política y un impacto directo en quien lo observa, no es la causa ni tiene las herramientas suficientes para frenar por sí mismo los procesos de gentrificación; para ello es necesario recurrir a políticas públicas, participación ciudadana a través de acciones colaborativas, codiseño, etc.

En su forma más simple, trata sobre el trabajo en conjunto que realizan quienes toman decisiones y las partes interesadas, asociadas en la creación y aplicación de una política, un servicio o proyecto que responda a las necesidades y deseos de sus beneficiarios. Sobre la base de principios fundamentales –tales como la participación, la colaboración y la transparencia-, el foco principal del codiseño en el proceso añade una dimensión política al empoderamiento del usuario y a la democratización en la prestación de servicios, permitiendo la creación de un marco para el debate, que da rienda suelta al poder de la creatividad, sin necesidad de utilizar los tradicionales moldes de pensamiento, que reducen los problemas interrelacionados a problemas aislados.⁶⁵

Herramientas como el codiseño nos hacen pensar en nuevas maneras de abordar el proceso de gentrificación que, entre muchas de sus consecuencias, propicia la pérdida de la memoria de los lugares; un edificio o logotipo impuesto deja en el olvido la historia de cada antiguo lugar que es reemplazado por uno nuevo, lo que genera la pérdida del sentido de pertenencia a dichos lugares.

En esta sociedad de consumo el diseño se entiende como
65 Chiara Camponeschi, *The Enabling City: Place-Based Creative Problem-Solving and the Power of the Everyday*, trad. Javier Vergara Petrescu (Creative Commons, 2012).

vanguardista e innovador y la tarea de preservar la memoria se confiere a otras disciplinas, sin embargo, el compromiso que el diseño tiene con la sociedad también implica preservar la memoria del lugar antes que imponer mensajes ¿por qué? Porque con ello se genera comunidad y un sentido de identidad; uno pertenece a los lugares y los lugares le pertenecen a uno y es por eso que se les puede vivir y sobrevivir, en este proceso, el diseño tiene plena capacidad para llevar a cabo tal empresa.

La inclusión de piezas con valor histórico como las que vemos a continuación logran que los ciudadanos recuperen datos de los lugares y caminos que toman.



Imágenes 68 y 69. Registro en la calle 16 de Septiembre, 2016.

Partiendo de ese entendido, concluimos que estas piezas tienen mayor valía que aquellas cuya imposición pretende recuperar un estilo del pasado al tiempo que lo borra.

Lo propuesta de esta investigación plantea tareas que pueden ser llevadas a cabo por los diseñadores en respuesta a los problemas que hemos planteado hasta ahora. Como mencionamos, el diseño no puede frenar por sí mismo la gentrificación, pero puede ayudar a amortiguar las conse-

cuencias de ésta. Por lo tanto, este documento cierra con una propuesta metodológica para ser implementada en forma de taller, cuyo objetivo es generar diseños que ayuden a preservar el patrimonio intangible que representa la memoria del lugar.⁶⁶

El presente trabajo académico, además, intenta ser un precedente y una contribución a las muchas tareas que el diseño tiene pendientes. Pretende generar inquietudes, principalmente entre los colegas, para tomar una actitud informada y consciente respecto a la responsabilidad actual que el diseño enfrenta y que derive en acciones de resultados tangibles.

Se invita al lector a generar sus propias observaciones fuera de estas páginas para llevarlas a la ciudad donde se necesiten soluciones de diseño y más que respuestas, cuestionamientos. Si se recurre a las fuentes que este documento remite, se podrá verter esta lectura en un análisis personal centrado en los aspectos de interés propio y materializarlo al recorrer las calles y observar el constante cambio de la ciudad que se elija caminar.

⁶⁶ Revisar anexo de este documento.



ANEXO

PROPUESTA DE TALLER

Ante la pérdida de memoria cada vez más presente y visible en diferentes sitios de la ciudad a causa de diferentes procesos como la gentrificación, se plantea la elaboración de un taller en su fase piloto en donde el diseño ayude a recuperar dicho patrimonio intangible.

OBJETIVO DEL TALLER:

Generar acciones colaborativas que deriven en un producto de diseño contemporáneo y crítico que pueda usarse como dispositivo para ayudar a la preservación de la memoria de los lugares.

DIRIGIDO A:

Diseñadores gráficos y todos aquellos interesados en la recuperación de la memoria de los lugares.

METODOLOGÍA:

1. Revisión de marco teórico correspondiente con la finalidad de generar una visión clara de los conceptos nodales en el taller, tales como:

- urbano
- espacio

- memoria
- co diseño
- deriva
- acciones colaborativas

2. Selección de un lugar que presente una problemática de pérdida de memoria.
3. Investigación del lugar seleccionado que contemple datos de historia, población y hechos que valdría la pena dar a conocer.
4. Planteamiento de hipótesis, objetivo y posible resultado.
5. Exploración del lugar a través de herramientas colaborativas como el mapeo colectivo con el objetivo de comprobar la hipótesis planteada y de sondear el objeto de estudio.
6. Desarrollo del dispositivo de manera colectiva, el cuál será el canal para la difusión de los datos recuperados. Simultáneamente se plantearán los posibles problemas a enfrentar durante el desarrollo del ejercicio, así como las soluciones viables.
7. Ejecución del ejercicio en el lugar seleccionado que considere el respectivo registro.
8. Selección del medio para la difusión de los resultados y el análisis de estos.
9. Difusión

RESULTADOS:

Este taller busca resultados de carácter cualitativo a través de cualquier producto de diseño que funcione como dispositivo de vinculación con la comunidad del lugar elegido, por ejemplo:

Tipografías desarrolladas a partir de los trazos empleados en el pasado y que hayan marcado un estilo representativo de la época.

Cartografías derivadas de las percepciones personales de los habitantes y su relación con el espacio que habitan.

Tipologías de un conjunto de elementos perdidos a partir de la opinión de los habitantes/receptores.

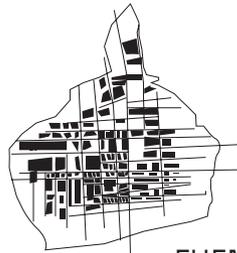
Mapas locales que muestren los sitios de interés de los habitantes/receptores que no aparezcan en mapas oficiales o turísticos.

Placas de nomenclatura como a las que alude esta investigación y que recuperan datos como antiguos usos o nombres de edificios o calles.

HERRAMIENTAS DE TRABAJO:

El taller está planteado para llevarse a cabo en 5 sesiones de 2 hrs (10 hrs total) y se valdrá de la información contenida en textos especializados tanto impresos como digitales, así como de los datos obtenidos en la interacción con los usuarios/habitantes del lugar seleccionado.

Se contempla el uso de materiales de dibujo y proyección, así como software especializado para el desarrollo y la planeación del dispositivo y del producto final



FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Arreola, Eduardo. La fotografía en el espacio público. Intervención artística como respuesta al proceso de gentrificación del centro histórico de la Ciudad de México. Tesis para optar por el grado de Doctor en Artes y Diseño, Ciudad de México: Posgrado en Artes y Diseño, UNAM FAD, 2015.
- Albiñana, Salvador. México Ilustrado. Libros, revistas y carteles 1920-1950. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2014
- Álvarez-Gayou Jurgenson, Juan Luis. Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. México: Paidós, 2003.
- Alvarez Mora, Alfonso. El Mito del Centro Histórico: El Espacio de Prestigio y La Desigualdad. México: IBERO Puebla, 2006.
- Augé, Marc. Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Traducido por Margarita Mizraji. Barcelona: Gedisa, 2000.
- Baines, y Andrew Haslam. Tipografía. Función, forma y diseño. Traducido por Carlos Sáenz de Valicourt. Barcelona: GG, 2002.

- Borja, Jordi. Luces y sombras del urbanismo de Barcelona. Barcelona: UOC, 2010.
- Brinckerhoff Jackson, John. Las carreteras forman parte del paisaje. Traducido por Moisés Puente. Barcelona: GG mínima, 1994.
- Bringhurst, Robert. Los elementos del estilo tipográfico. Traducido por Margara Averbach, Cristóbal Henestrosa. México: FCE, 2014.
- Camponeschi, Chiara, The enabling city. Creatividad local aplicada y el poder de la cotidianidad. Traducido por Javier Vergara Petrescu. Creative commons, 2012.
- Cantú Chapa, Rubén. Centro Histórico. Ciudad de México. Medioambiente sociourbano. Ciudad de México: Plaza y Valdés, 2000.
- Cordero Gomez del Campo, Luz de Lourdes. Gentrificación: un análisis visual en el centro histórico de la Ciudad de México. Tesis para optar por el grado de Lic. en Geografía. México: UNAM FFyL, 2015.
- Debord, Guy. La sociedad del espectáculo. Traducido por Fidel Alegre. Buenos Aires: La marca, 2012.
- De Buen, Jorge. Introducción al estudio de la tipografía. Jalisco: Trea, 2011.
- Delgado, Manuel, La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del ‘Modelo Barcelona’. Barcelona: Los libros de la catarata, 2007.

- Echeverría, Bolivar. Definición de la Cultura. Curso de filosofía y economía. México: UNAM-ITACA, 2001.
- Fernández, Miquel. Matar al chino. Entre la revolución urbanística y el asedio urbano en el barrio de Raval de Barcelona. Barcelona: Virus editorial, 2014.
- García Canclini, Néstor. Cultura y comunicación: entre lo global y lo local. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata, 1997.
- García Luna Martínez Dimensión visual de la urbe. Consideraciones generales de la Ciudad de México, como espacio mediático de las distintas manifestaciones visuales y sus generadores sociales. Tesis para optar por el grado de Dr en Artes Visuales, Universidad Politecnica de Valencia, 2016.
- Garone Gravier, Marina. Historia de la tipografía colonial para lenguas indígenas. Tesis para optar por el grado de Dra. en Historia del Arte. México: UNAM FFyL, 2009.
- González Ochoa, César. El significado del diseño y la construcción del entorno. México: Diseño, 2010.
- Hal Foster Diseño y delito. Traducido por Alfredo Brotons Muñoz. Madrid: Akal, 2004.
- Klein Ricardo, “El arte como expresión del territorio”. CIUDADES Revista Trimestral de la red de investigación urbana A.C., no. 97 (Año 24, 2013).
- Koolhas, Rem. La ciudad genérica. Barcelona: GG, 2006.

- Lefebvre, Henri. La producción del espacio. Madrid: Capitán Swing, 2013.
- Lerner, Jaime. Acupuntura urbana. Río de Janeiro: Editora Record, 2003.
- Llovet, Jordi. Ideología y metodología del diseño. Barcelona: GG, 1979.
- Lynch, Kevin. La imagen de la ciudad. Barcelona: GG, 2008.
- Martín Juez, Fernando. Contribuciones para una antropología del diseño. Barcelona: Gedisa, 2002.
- Pallares Trujillo, Mónica. Arquitectura de paisaje y arte público: Simbolismo, Estrategia y Suceso. Tesis para optar por el grado de Maestra en Artes visuales. México: UNAM Posgrado En Artes y Diseño ENAP, 2013.
- Smith, Neil. La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación. Traducido por Verónica Hendel. Madrid: Traficantes de sueños, 2012.
- Subirats Joan y Rius Joaquim. Del chino al Raval. Cultura y transformación social en la Barcelona central. Barcelona: Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, 2004.
- Thompson, John B. Ideología y cultura moderna. Traducido por Gilda Fantinati. México: UAM, 1998.
- Vázquez Conde, Leonard. Señal México. A Typography for Mexican Road Signage. Typo magazine #42 winter 2010.

White, Lesly A. El concepto de cultura. Barcelona: Anagrama, 1959.

Fuentes electrónicas

- Aiats, Agustí. “Berlín no te quiere.” La Vanguardia (21 de agosto de 2012 [citado el 10 enero de 2016]): disponible en <https://goo.gl/O11pQZ>
- Airbnb Inc “Ciudad de México” [citado en agosto 2016]: disponible en <https://goo.gl/DpKj7k>
- “Airbnb vs. Berlin” [citado el 20 de noviembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/6mxDoq>
- “Antología: El estudio de la gentrificación” UNAM Posgrado en urbanismo (Proyecto realizado gracias al programa UNAM DGAPA PAPIIT IN403314 “Gentrificación en la Ciudad de México, implicaciones en los patrones de segregación socio-espacial y desafíos de política pública”).
- Aunión, J.A. “La última mutación de Lavapiés.” El país (13 de agosto de 2016 [citado el 19 agosto 2016]): disponible en <https://goo.gl/fl5x8v>
- Balboa, Berenice. “Invertirán 5mdp en cambiar letreros del Centro Histórico.” El Universal (27 de febrero de 2011 [citado el 20 de febrero de 2015]): disponible en <https://goo.gl/im1PqM>
- Castañeda, Luis. “Choreographing the Metropolis: Networks of Circulation and Power in Olympic.” Journal of Design

- History Vol. 25 No. 3, 2 (agosto 2012 [citado el 23 de octubre de 2014]): disponible en <https://goo.gl/3mw5Nv>
- “Centro Histórico de la Ciudad de México” Autoridad del Centro Histórico [citado el 2 de agosto de 2016]: disponible en <https://goo.gl/poyJuK>
- “Centro Histórico de la Ciudad de México” CDMX Travel [citado el 10 de agosto de 2016]: disponible en <https://goo.gl/h25M28>
- “Cinema Gentrify” TXP [citado el 20 de diciembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/4k1E1m>
- Contested cities “Módulo 1. Gentrificación” [citado el 10 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/ATvogY>
- “Creative Charlois Control” [citado el 16 de diciembre de 2016]: disponible en: <https://goo.gl/G2CyyL>
- “División política del distrito Ciutat Vella” [citado el 10 de noviembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/NMRxuW>
- “Enmedio” [citado el 20 de enero de 2016]: disponible en <https://goo.gl/h8ntaLr8hbhy>
- “Farselona” [citado el 20 de diciembre de 2015] disponible en <https://goo.gl/k2afyB>
- Fundación Centro Histórico “Carta de presentación” [citado el 11 de mayo de 2016]: disponible en <https://goo.gl/sGDKiv>

- Idensitat “Hospital 106 4t 1a. El Lloc I El Temps” [citado el 12 de agosto de 2015]: disponible en <https://goo.gl/eoi15g>
- Lanzagorta, José Ignacio. “El Centro Histórico a la venta” Nexos (12 de agosto de 2014 [citado el 3 de enero de 2016]): disponible en <https://goo.gl/NMRxuW>
- Left hand rotation “Últimos proyectos” [citado el 2 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/ATvogY>
- López Jair. “Airbnb acecha a Posadas en número de cuartos” El financiero (30 de septiembre de 2015 [citado el 15 de agosto de 2016]): disponible en <https://goo.gl/mvWtzl>
- “Museo de los desplazados” [citado el 1 de noviembre de 2015]: disponible en <https://goo.gl/vfzISB>
- Iconoclastas “Mesa callejera en Villa Urquiza” [citado el 8 de enero de 2015]: disponible en <http://www.iconoclastas.net/post/etapas-de-lagentrificacion-2/>
- Norman Emma. “CÓMO CITAR EN ESTILO CHICAGO. Técnica de referencia para la elaboración correcta de notas a pie de página y bibliografías” (2009 [citado el 10 de enero de 2017]): disponible en <https://goo.gl/6in8u4>
- Páramo Arturo. “Población flotante en el Centro Histórico” Excelsior (12 de enero de 2014 [citado el 30 de noviembre de 2014]): disponible en <https://goo.gl/cfHKN1>
- “Plataforma Nerivela” [citado el 22 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/>

“Programa Universitario de Estudios sobre la ciudad” [citado el 4 de abril de 2016] disponible en: <https://goo.gl/e4BhWi>

“Real Academia Española” [citado el 16 de septiembre de 2016]: disponible en <https://goo.gl/PYNTx4>

Ríos Navarrete Humberto “Esplendor y decadencia del Centro Histórico” Mileno [citado el 9 de enero de 2016]: disponible en <https://goo.gl/2xoqb1>

Varela, Sergi-Enric Pol Urrutia. “El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental, Anuario de Psicología Universidad de Barcelona” (1994 [citado el 5 de abril de 2015]): disponible en <https://goo.gl/YJ4cpF>

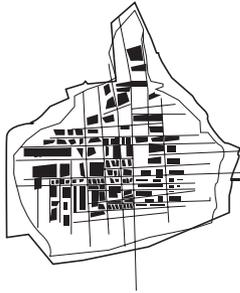
Y esto que... “Edificio La Mexicana” (22 de agosto de 2008 [citado el 10 de diciembre de 2016]): disponible en <https://goo.gl/5U4Fok>

Otras fuentes:

Ferrer Blancas, Pavel Ricardo y Eduardo Acosta Arreola. “Arquitectura de la Pobreza. Procesos de Gentrificación y Regeneración urbana.” Conferencia presentada en el Foro Políticas Públicas y Acciones en el Centro Histórico, Ciudad de México, 12-14 de mayo de 2016.

Palma Uriel. “Taller de dispositivos móviles.” Facultad de Arquitectura UNAM, enero a junio de 2016.

Wyman, Lance. De ida y vuelta. Lance Wyman: Íconos urbanos. Museo Universitario de Arte Contemporáneo MUAC, UNAM. Ciudad de México, 12 de junio al 4 de octubre de 2015.



DISEÑO Y GENTRIFICACIÓN.

El papel del diseño gráfico en la escenografía del centro urbano

Se terminó de imprimir en enero de 2017 en Tesis Matozo,
Campeche 156, Colonia Roma en la Ciudad de México.

Para su formación se usaron los tipos

Fedra, Meta y Scala.

El diseño editorial estuvo
a cargo de Elvia Torres