



Trace. Travaux et Recherches dans les

Amériques du Centre

ISSN: 0185-6286

redaccion@cemca.org.mx

Centro de Estudios Mexicanos y

Centroamericanos

México

Paquette, Catherine

Comercio y planificación urbana. Las nuevas grandes centralidades comerciales en los planes de desarrollo urbano de la Ciudad de México

Trace. Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre, núm. 51, junio, 2007, pp.

44-55

Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericanos

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=423839507004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Catherine
Paquette

Comercio y planificación urbana

Las nuevas grandes centralidades comerciales en los planes de desarrollo urbano de la Ciudad de México

Resumen: A lo largo de las últimas dos décadas, los grandes centros comerciales se han multiplicado en las metrópolis latinoamericanas, dando lugar a la aparición de nuevas centralidades urbanas importantes e imponiéndose en los modos de vida de un gran número de ciudadanos. El artículo analiza cual ha sido la postura de los planificadores urbanos frente a la aparición y la consolidación de esos nuevos sub-centros urbanos. Tanto en los diagnósticos como en las propuestas, ¿cómo se han abordado esas nuevas centralidades ante todo desarrolladas bajo iniciativa del capital privado? La pregunta resulta ser de gran interés para entender cómo se está dando la planeación urbana en la actualidad y cómo ésta ha evolucionado (o no) frente a la transformación del contexto de producción de lo urbano.

Abstract: During the last two decades, many big shopping centers have appeared in Latin American metropolis, creating new important urban centralities and influencing considerably the way of life of many inhabitants. The article analyzes how urban planners have reacted to this evolution, both in urban diagnostics and planning proposals. In which way have they considered and handled those new centralities that have been created by private investors? Through answering this question, we can understand better how urban planning practices have evolved (or not) in the context of the transformations of city production.

Résumé: Au cours des vingt dernières années, les grands centres commerciaux se sont multipliés dans les métropoles d'Amérique latine. Ils ont donné naissance à de nouvelles polarités et ont pris une place importante dans la vie de nombreux citadins. L'article pose la question de la posture des planificateurs urbains face au surgissement de ces centralités développées essentiellement par l'initiative privée. Comment ont-ils pris en compte cette nouvelle réalité dans les diagnostics et les propositions d'aménagement ? La question est intéressante car elle permet de s'interroger sur le statut et la position de la planification urbaine de nos jours, ainsi que sur son évolution dans le contexte des transformations de la production de l'urbain.

[Centralidad urbana, centros comerciales, planificación urbana, desarrollo urbano]

“MALLS”, “shopping centers” o simplemente “centros comerciales”: aunque los términos varíen de una metrópoli a otra, se trata de una misma realidad. A lo largo de las últimas dos décadas, estos símbolos de una globalización económica cada vez más perceptible se han multiplicado en los paisajes metropolitanos de América Latina. Han dado lugar a la consolidación de nuevas centralidades cuyo poder estructurante es innegable. Y se han impuesto en los modos de vida de un gran número de ciudadanos, no solo como lugares de consumo, sino también como nuevos espacios públicos urbanos. Esta última evolución está dando lugar a debates muy relevantes, los cuáles merecen todavía ser profundizados. El propósito de este artículo es sin embargo otro: se trata de abordar una cuestión inédita con respecto a estos nuevos sub-centros urbanos. La noción de centralidad ocupa un lugar clave en la planeación urbana, como herramienta privilegiada de ordenamiento territorial. Por lo tanto, resulta interesante examinar cual ha sido la postura de los planificadores urbanos frente a la aparición y la consolidación de los grandes centros comerciales. Tanto en los diagnósticos como en las propuestas, ¿cómo se han abordado esas nuevas centralidades ante todo desarrolladas a iniciativa del capital privado? La pregunta resulta ser de gran interés para entender cómo se está dando la planeación urbana en la actualidad y cómo ésta ha evolucionado (o no) frente a la transformación del contexto

de producción de lo urbano. Ilustra también, de forma más general, cual es la complejidad de la relación entre público y privado en la gestión urbana.

Aunque este artículo se refiere al caso específico de la Ciudad de México está basado en los resultados de un programa de investigación sobre el tema de la policentralidad en tres ciudades capitales de América Latina (Santiago de Chile, Ciudad de México y Bogotá).¹ El objetivo de la investigación era analizar a la vez el estado del conocimiento sobre las nuevas centralidades y la ciudad policéntrica en cada una de estas, así como estudiar en profundidad la forma en que las políticas urbanas (y en particular la vertiente de la planificación urbana) se posicionan frente a las transformaciones de la centralidad intra-metropolitana.

Después de presentar unos antecedentes con respecto a la aparición y al desarrollo de las grandes centralidades comerciales en la capital mexicana, así como a la importancia que estas han adquirido, el texto presenta una lectura detallada y crítica de una serie de planes y programas de desarrollo.

SURGIMIENTO, DESARROLLO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Mientras los grandes centros comerciales empezaron ante todo a surgir en muchas metrópolis latinoamericanas en los años 80, o incluso a inicios de los 90 (Contreras 2006; Lulle & Paquette 2007), aparecieron en la Ciudad de México de forma bastante más precoz, alrededor del año 70: es así como Plaza Universidad en la parte sur del D.F. se inauguró en 1969 y Plaza Satélite, en el sector norponiente de la ciudad, en el Estado de México, en 1971. Los que se instalaron en los años 70 y 80 (Perisur, el gran centro del sur de la Ciudad de México es inaugurado en 1981) fueron establecidos claramente para abastecer a nuevas zonas residenciales y constituyeron los primeros proyectos descentralizadores del comercio (Vázquez Pinacho 2000). La creación de estos grandes centros comerciales fue siguiendo la expansión de la ciudad, en las vías de comunicación más importantes (véase figura 1).

El desarrollo de este tipo de mega proyecto se intensificó en los años 80 y 90. Esa última década vio la consolidación de este mercado (paralelamente a la remodelación de los primeros centros establecidos), con muchas creaciones y una clara diversificación en cuanto a tipo de equipamiento, principalmente con la llegada de una función importante de consumo cultural, a través de los cines, cuya oferta pasó masivamente a los centros comerciales (Ochoa 2001). Mientras los centros que no contaban con este tipo de equipamiento se dotaron de él, aparecieron incluso unos pequeños esencialmente vinculados al entretenimiento, como fueron los casos de Plaza Loreto (1994) y Plaza Cuicuilco (1999), ubicados en antiguas instalaciones industriales remodeladas en el sur de la ciudad.

Si nos referimos ahora a su localización geográfica, se debe de subrayar que los más grandes centros comerciales anclados en tiendas departamentales están localizados en la Ciudad de México en lo que Patricia Ramírez Kuri califica como un “gran centro metropolitano” que se hubiera extendido y difundido a partir de la ciudad central y llegaría incluso hasta más allá de los límites del D.F. en su franja noroccidental. Dado que al interior de este territorio, conviven múltiples centros de dinamismo económico, fundamentalmente comercial y de servicios, Patricia Ramírez Kuri se refiere, para la Ciudad de México, y retomando un análisis realizado por Oscar Terrazas (1988), a un policentrismo que se daría en un contexto de “unicentrismo” (Ramírez Kuri 1997).

También podríamos decir que los mega proyectos comerciales están ubicados, en su mayoría, en la “ciudad global” a la cual se refiere Parnreiter (2002): esa parte de la ciudad con una importante densidad de corporativos y de actividades terciarias con fuerte valor agregado.

Coinciden también con las áreas de mayores niveles socio-económicos y las zonas mejor dotadas de servicios e infraestructura urbana de la ciudad. Los dos proyectos desarrollados muy recientemente confirman esta tendencia a la concentración en una zona muy céntrica: tanto Parque Delta, inaugurado a inicios de 2006 como Metrópoli Patriotismo están ubicados en la llamada “ciudad central”, al cruce de vialidades de primera importancia.

Sin embargo, después de haberse concentrado en los sectores de nivel medio y medio alto, los centros comerciales empezaron a localizarse también en zonas más populares, bajo modalidades un poco distintas.² Aunque la geografía de las nuevas centralidades comerciales está todavía muy marcada por una densidad de equipamientos mayor en la zona poniente, existen centros comerciales hacia el oriente de la ciudad. Esto se comprueba tanto en el Distrito Federal como en zonas conurbadas más periféricas del Estado de México, donde los centros comerciales parecen seguir la progresión de la mancha urbana.³ Algunos de ellos están incluso desarrollados por los promotores inmobiliarios responsables de la urbanización de grandes conjuntos de viviendas de interés social.⁴ Obviamente, no contemplan las tradicionales tiendas anclas, sino mas bien se apoyan en tiendas de autoservicio grandes y un multicine; a pesar de esto, debido a su localización geográfica bastante periférica, adquieren una dimensión de centralidad muy importante.

LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES: DE ESPACIOS DE CONSUMO A VERDADEROS SUB-CENTROS QUE ESTRUCTURAN LA CIUDAD

Los grandes centros comerciales aparecen hoy en día en la Ciudad de México como verdaderos sub-centros urbanos (López Levi 1999). Esto se debe por una parte a la dinámica que detonan en su entorno: después de su instalación, surgen generalmente otros comercios o servicios, lo que lleva a la formación de nuevas centralidades (Ramírez Kuri 1993; López Levi 1999). Un claro ejemplo de este tipo de dinámica lo constituye sin lugar a dudas Perisur, alrededor del que encontramos hoy tanto conjuntos residenciales como zona hotelera, de oficinas y de negocio (con presencia de dependencias públicas, como la SEMARNAT), instituciones que se dedican a la educación, además de otras tiendas que tienden a ubicarse en este sub-centro.⁵

También pueden ser consideradas como verdaderas centralidades por la dimensión multifuncional que proporcionan en su interior.⁶ Tal como lo hemos visto, no ofrecen solamente venta de productos (duraderos o no). Su oferta cultural (cines) es sumamente importante, tal como lo son los espacios de restaurantes e incluso, de simple paseo. Para el caso de la Ciudad de México, varios de los centros comerciales más importantes (Plaza Universidad, Plaza Satélite, Centro Coyoacán, Perisur, Santa Fe) han sido objeto de estudios con un enfoque de antropología urbana, basados en encuestas o entrevistas a visitantes. Todas estas investigaciones subrayan este carácter de espacios multifuncionales (Cornejo 2001; Cornejo & Bellon 2001^a; Portal Ariosa 2001; Ramírez Kuri 1993).⁷

En realidad, a pesar de que están asociados muchas veces (junto a los barrios cerrados) a nociones muy concurridas como la de fragmentación urbana (porque son espacios privados, de acceso controlado, con una homogeneidad social fuerte), y de la imagen de “repliegue social” a la que frecuentemente se les asocia (Hiernaux 2002), parece existir consenso, dentro de los trabajos realizados sobre los centros comerciales grandes en la Ciudad de México, acerca de la función que cumplen hoy en día en términos de sociabilidad urbana. Muchas veces basados en la idea de plaza pública (de ahí sus nombres), destinan una parte importante de su superficie al uso colectivo y reproducen lo que sería un ambiente urbano: calles con nombre y señalización, bancas, plazas, pilas... Además, en un contexto de importante desarrollo de sentimientos de inseguridad, a pesar de que no son considerados como tales, reemplazarían hoy en día a los espacios públicos tradicionales de la ciudad, donde los ciudadanos solían relacionarse entre sí

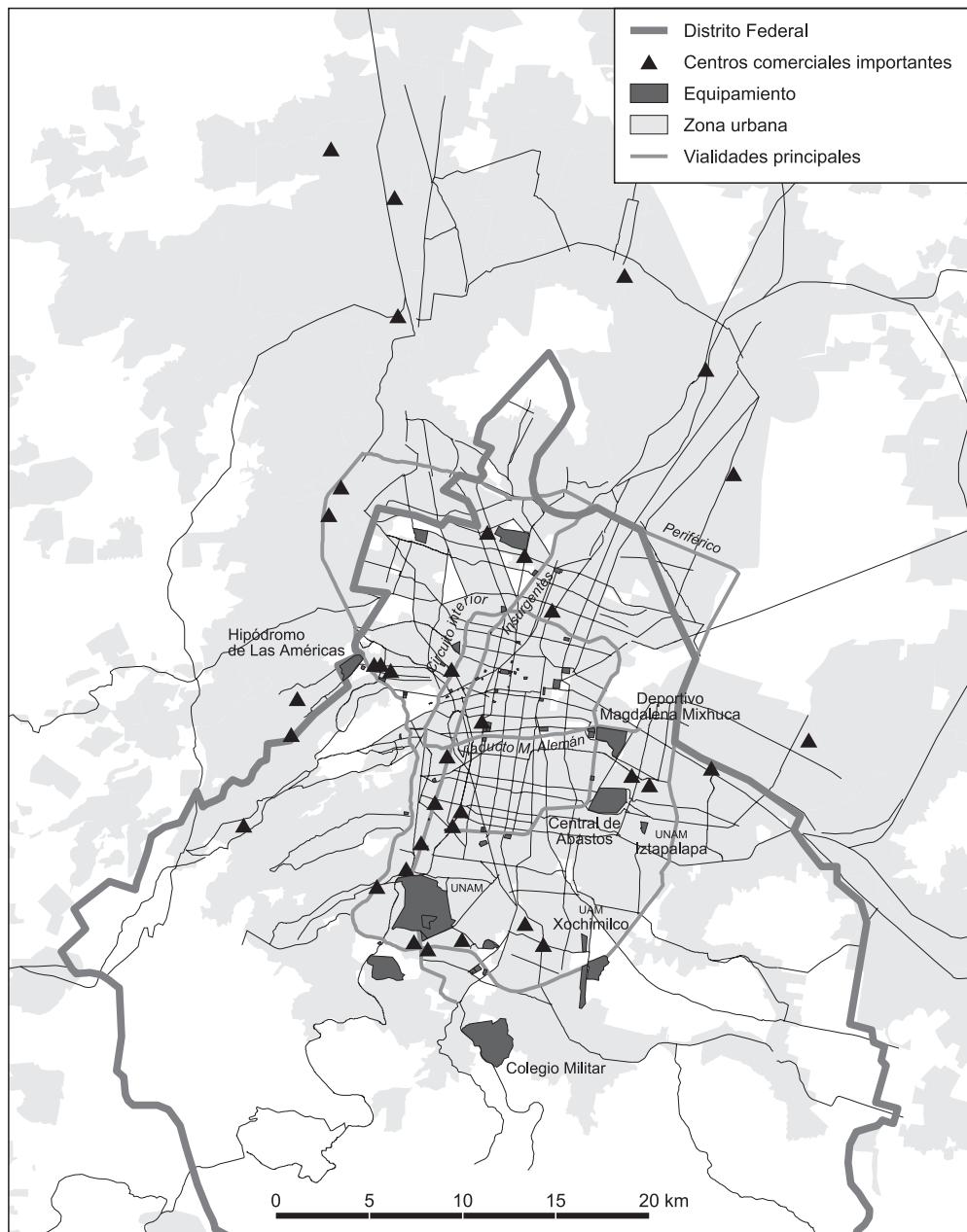


Figura 1 - Centros comerciales de la Ciudad de México.

(Melé 1996). En la Ciudad de México, varios trabajos han demostrado por ejemplo cómo los centros comerciales juegan un papel clave para los jóvenes (Castro Pozo & Cornejo 1995).⁸

Hitos que estructuran la ciudad físicamente, lugares de sociabilidad urbana, los centros comerciales serían además importantes generadores de identidad para los habitantes y estructuradores en el ámbito simbólico de las representaciones. En definitiva, según algunos

trabajos realizados, lo que estaría en juego, a través de la frequentación de los centros comerciales, sería nada menos que “una apropiación simbólica de una parcela de ciudad” (Cornejo 2001). El centro comercial, “bien cultural común”, representaría “una forma contemporánea, colectiva e individual, de vivir e imaginar la ciudad”.⁹ En nuestros días, sería “el parque, la Plaza, el centro, la ciudad (...) uno de los lugares públicos en donde los habitantes de las megalópolis contemporáneas pueden encontrarse con ellos mismos, con su yo imaginado, con el otro igual o con el otro distinto” (Cornejo & Bellon 2001).

GRANDES CENTROS COMERCIALES Y PLANIFICACIÓN URBANA: RECONOCIMIENTO PARCIAL Y ESTIGMATIZACIÓN

Por lo general, en los documentos relativos a la planificación urbana, las autoridades que gobiernan la Ciudad de México tienen una actitud muy condescendiente con respecto a la globalización de la economía y a la inserción de la Ciudad de México en este contexto. El desarrollo de la competitividad de la zona metropolitana aparece sin lugar a dudas como una dimensión muy importante que se debe de fomentar.¹⁰ En cambio, su postura en materia de desarrollo urbano frente al “fenómeno” de las grandes centralidades comerciales, consideradas por muchos como los “nuevos artefactos” de esta misma globalización (De Mattos 2002), aparece muy crítica.

Hasta el programa de desarrollo de 1987-1988 (incluido), no se hacía referencia a estas nuevas centralidades (a pesar de que, como lo hemos señalado, el surgimiento de las primeras fue precoz en la Ciudad de México). Es en la versión 1996 del Programa General de Desarrollo Urbano (PGDUDF) que aparece verdaderamente un reconocimiento de la existencia de esas grandes infraestructuras dedicadas al comercio. Se mencionan los “nodos comerciales que se configuran en base a la confluencia de grandes centros comerciales” y hasta se precisa que estos serían 14 en el Distrito Federal. Surgen ya, con respecto a estas centralidades, ciertas críticas: según los planificadores urbanos, a diferencia de otros lugares tradicionales de la ciudad (El Zócalo, la Alameda, Chapultepec, Coyoacán, San Ángel, Tacubaya, etc.), los cuáles obedecen a funciones complejas y diversificadas, las “Plazas” comerciales se apropián del nombre de plaza pero no reproducen la función. Al contrario, proponen “un intercambio puramente comercial” (1996, p. 55).

En la versión actualmente vigente del PGDUDF, publicada a fines de 2003, la visión sobre las nuevas centralidades comerciales es aún más negativa. Están consideradas como “impulsoras de la tendencia al crecimiento periférico”, a pesar de que, como lo hemos visto, los grandes centros comerciales se han instalado más bien en zonas centrales de la mancha urbana y en los cuáles habían aparecido previamente nuevos barrios residenciales: caso de Plaza Universidad, Satélite...

El impacto negativo observado va incluso mucho más allá de esta dimensión. Es así como podemos leer, en el diagnóstico de la situación actual del D.F., que:

...la Ciudad de México enfrenta en los últimos años un anárquico y acelerado proceso de cambio en los patrones de su actividad comercial, que se expresa en la proliferación de mega centros comerciales, tiendas departamentales (...). Éstos van desplazando a los centros tradicionales de abasto (mercados públicos, negocios de abarrotes, tortillerías, panaderías, etc.), que no tienen recursos suficientes para competir con este tipo de comercio, controlado por monopolios nacionales y extranjeros. Este fenómeno margina a los productores nativos, modifica los patrones de consumo y causa alteraciones profundas en el funcionamiento urbano (PGDUDF versión 2003, 23).

Estos grandes nodos comerciales “provocan problemas de tráfico y saturación de estacionamientos, alteración de la imagen urbana, incremento de los costos y transformación de los usos de suelo”. De manera general, las áreas urbanas que presentan una densidad mayor de oficinas y comercio:

...originan discontinuidades en el perfil urbano. Además de la invasión del espacio aéreo por anuncios espectaculares y antenas. Debido a sus dimensiones y tipologías, los mega proyectos urbanos provocan en el entorno urbano la fractura de la traza, el perfil urbano y la morfología arquitectónica (PGDUDF versión 2003, p. 48).

Se les atribuye finalmente a los grandes centros comerciales la responsabilidad de contribuir a privatizar el espacio público. La apropiación pública y colectiva de las calles, plazas públicas, áreas deportivas y parques se estaría perdiendo en la ciudad y se estaría produciendo una “entrega al capital privado de actividades y espacios que antes ocupaba el sector público”.

En una visión de la ciudad que podríamos calificar como “nostálgica”, los nuevos centros están opuestos a los “centros tradicionales” (núcleos históricos como pueblos rurales de la periferia). Se acusa al desarrollo urbano de los últimos años de haber “absorbido y desfigurado los antiguos centros”.

CENTRALIDADES, CENTROS Y SUB-CENTROS: ELEMENTOS SIN EMBARGO CLAVES EN LA PLANIFICACIÓN URBANA

Presentes en el diagnóstico urbano (bajo esta visión muy negativa), los nuevos sub-centros comerciales se destacan por su ausencia casi total dentro de las propuestas de ordenamiento para el Distrito Federal.¹¹

Las centralidades constituyen sin embargo un elemento clave de la estrategia de ordenamiento territorial en el Distrito Federal como en la Zona Metropolitana. En el D.F., la idea es así “reestructurar el esquema de planeación con base en centros, sub-centros y corredores urbanos”. Los corredores urbanos mencionados son franjas concentradoras de servicio y conectadores (dados que tendrían que ser ejes de transporte público masivo) muy importantes, que son asociados con una malla completa de centros y sub-centros.

Esta idea de apoyarse en un esquema centros urbanos/corredores está presente desde hace años en la planeación del D.F.; a partir de fines de los años 70, siempre se le otorgó un papel muy importante a las centralidades, detallándolas de forma a veces muy precisa y hasta sofisticada. Así, se propuso consolidar un número determinado de “centros” (nueve), pero también de “sub-centros” a nivel menor, además de “centros de barrio” a escala más local. Cada uno teniendo un papel y un contenido muy específico, además de cantidades de población precisas que atender. Incluso aparecieron especificaciones para el diseño arquitectónico de los núcleos de esos centros, y en la versión 1987-1988 del programa de desarrollo urbano, se definieron y listaron los 27 tipos de servicios con los cuales tenían que contar. Se incorporaron además mapas de cada uno de los centros urbanos que se quería fomentar, con una delimitación muy precisa (calles y manzanas incluidas).



Foto: Claire Hancock

En este esquema “ídílico” de planeación urbana, los corredores urbanos tienen que unir a los centros urbanos y formar así el “armazón físico fundamental” de la ciudad (PGDUDF 1996).

Esta estrategia de planificación está todavía muy vigente en la versión actual del (PGDUDF 2003), aunque se dio un leve cambio de prioridades dentro de las jerarquías: actualmente, los corredores aparecen como el elemento central antes que los centros y sub-centros, los cuales están descritos con menos precisiones que en las versiones anteriores.

El objetivo declarado de esta estrategia en base a corredores urbanos, centros y sub-centros es:

Propiciar una distribución armónica de la población y de las actividades, que desaliente la creación de grandes desarrollos concentradores” (p. 70); “procurar la autosuficiencia de servicios públicos y equipamientos en colonias y barrios, para disminuir los desplazamientos y optimizar la distribución territorial (p. 71).

Se trata además de fomentar una trama de corredores y nodos que incluya “espacios de convivencia y servicios públicos accesibles a todos” (p. 85), lo que precisamente, no podrían ofrecer los nuevos sub-centros comerciales.

Tal como el PGDUDF, el Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana del Valle de México (POZMVM), que representa la propuesta de ordenamiento territorial a escala metropolitana,¹² le da mucha importancia en su esquema de planeación al desarrollo de una malla de centralidades (“nodos metropolitanos de servicios”) para la zona conurbada, en especial en la zona norte y nororiente. Propone consolidar:

nodos que cuenten con una concentración de grandes equipamientos educativos, de salud, culturales y recreativos, además de extensas zonas comerciales y de oficinas, centros corporativos, hoteles y espacios verdes, que ofrezcan servicios a la población asentada en los nuevos desarrollos pero que, además, cubran las necesidades de extensas zonas ya pobladas que no cuentan con la cantidad, calidad y variedad de bienes y servicios que demandan (POZMVM, p. 122).

LAS CENTRALIDADES QUE VALEN PARA LOS PLANIFICADORES: HISTÓRICAS O PLANEADAS

Los núcleos urbanos antiguos ocupan un lugar clave en la estrategia de ordenamiento territorial preconizada para el D.F.: los centros y subcentros por desarrollar o consolidar corresponden ante todo a los viejos poblados prehispánicos y coloniales: Tacuba, Tacubaya, Iztapalapa, Culhuacán, Azcapotzalco¹³... (Terrazas 1988). El rescate de las centralidades históricas es incluso un elemento fuerte (uno de los cuatro objetivos generales) dentro de la visión que se plantea para el desarrollo urbano futuro.¹⁴

Con respecto a la incorporación de otras centralidades, el PGDUDF 1987-1988 incluyó, dentro de los subcentros urbanos (centros de segundo nivel en la jerarquización) algunas grandes centralidades comerciales (principalmente Perisur y San Jerónimo), pero sin desarrollar más esta opción. El PGDUDF 1996 también evoca los grandes centros comerciales de forma un poco indirecta. Reconoce (a diferencia de la última versión del programa) que existe un buen número de sitios “que funcionan prácticamente como sub-centros urbanos”. Sin embargo, precisa que el plan sólo podría incorporarlos y consolidarlos cuando cumplan con una serie de criterios que podemos considerar muy restrictivos, dentro de los cuáles se encuentra la necesidad de estar “a una distancia conveniente respecto a los lugares donde existirán los centros urbanos y de aquellos donde están o deberán estar los demás sub-centros” (PGDUDF, p. 93). Dicho de otra forma, sólo podrían ser contemplados si entraran en el sofisticado esquema de planeación elaborado por los planificadores.

De hecho, las nuevas centralidades prácticamente no forman parte de la trama de centros y sub-centros propuesta, con la sola excepción del centro comercial Santa Fe, el único que fue planificado por las autoridades locales (López Zarate & Ochoa Méndez 1995). El PGDUDF 2003 se refiere a éste como siendo uno de los “hitos urbanos”, de los cuales ofrece una lista de las más heterogéneas (que va desde la Plaza de las Tres Culturas, hasta la Torre Mayor, pasando por Bellas Artes, C.U., el Estadio Azteca, la Basílica de Guadalupe...).

En materia de transporte y de su planeación, tampoco prevalece una visión urbana que incluya a las nuevas centralidades comerciales. Por una parte, en el PGDUDF, no hace ninguna relación entre los centros comerciales grandes y la problemática del transporte, aparte de una alusión general a los problemas de tráfico y de estacionamiento que generarían estos mega equipamientos.

Por otro lado, en el Programa Integrado de Vialidad y Transporte del D.F. (2001-2006), el diagnóstico a un nivel muy general sólo alude al importante desequilibrio que existe en la ciudad entre oferta y demanda de servicios y comercio. En materia de centralidades, se refiere únicamente a los Centros de Transferencia Modal (CETRAM) que se han creado, los cuáles no tienen ninguna vinculación con los grandes centros comerciales. Enfatiza más bien sobre el necesario reordenamiento del comercio informal (problema grave para el transporte público y sus estaciones terminales).

A nivel metropolitano, el POZMVM (1998) tampoco propone una estrategia que integre más a las nuevas centralidades que estructuran, de hecho, la zona metropolitana.¹⁵ Si bien reconoce que “los grandes equipamientos regionales son impulsores o inhibidores del desarrollo urbano”, esto tiene validez cuando son elementos que están “en manos del Estado”, o sea que son realizados o planificados por él. Los núcleos concentradores de servicios previstos para estructurar las periferias (*cf. supra*), obviamente, no son nodos históricos como en el D.F., ya que se ubican en la periferia recién urbanizada. En realidad, se trata ante todo de lugares por crear; la idea de estos nodos es anticipar el poblamiento y orientarlo: “adelantarse a la demanda, induciendo el proceso de poblamiento en las zonas adecuadas a este fin”. El POZMVM ofrece una concepción de las grandes centralidades intra-urbanas como básicamente planeadas y definidas por las autoridades.

A MODO DE CONCLUSIÓN

En el caso de la Ciudad de México, en materia de estrategias de desarrollo urbano, no se les otorga un espacio a los grandes centros comerciales existentes, a pesar de la importancia que éstos han adquirido. Al inicio del siglo xxi, las polaridades urbanas que importan para los planificadores urbanos parecen ser ante todo las que son heredadas del pasado (núcleos históricos), aunque puedan estar totalmente rebasadas por el funcionamiento actual de la ciudad. A estas centralidades “patrimoniales”, valoradas por si mismo, se les opone los nuevos grandes polos comerciales, los cuáles están estigmatizados por sus efectos negativos. Las demás centralidades consideradas por los planificadores son las que están creadas y planificadas por las autoridades y eventualmente las que, por sus características, entran en el sofisticado esquema de planeación elaborado para la ciudad.

Existe por lo tanto un importante desfase entre la realidad del funcionamiento de la ciudad y la planificación urbana. P. Ramírez Kuri no tiene otro objetivo que el de subrayar éste cuando formula su crítica al esquema de planeación que se sigue tratando de aplicar en la ciudad: “el mercado ha jugado un papel fundamental en la reorganización territorial de la metrópolis durante la última década, incluso por encima del esquema de planeación” y los grandes centros comerciales han llevado a una fragmentación espacial y social que “anuló el esquema

...la postura de los planificadores urbanos frente a las grandes centros comerciales impide que la autoridad pública enfrente el tema del necesario ordenamiento territorial...

de planeación de centros y sub-centros” lo cual ha sido verdaderamente “rebasado por el mercado” (Rámirez Kuri 1997). La idea que las nuevas centralidades se hubiesen substituido a un orden urbano anterior basado en centros y sub-centros es sin embargo cuestionable. Es así como, a más de quince años de plantear formalmente la estrategia de planeación que hemos descrito, el PGDUDF versión 1996 hacía constar que todavía no se habían logrado fomentar los centros y sub-centros propuestos, esencialmente por falta de instrumentos y programas de acción para orientar la inversión privada hacia estos lugares (PGDUDF 1996, p. 76).¹⁶

El esquema de centros y sub-centros parece por lo tanto haber sido ante todo una idea teórica de los planificadores, la cual se prorrogaría en la actualidad, ignorando la estructura y el funcionamiento actual de la metrópolis.

Aún cuando sabemos que el rechazo a las nuevas centralidades comerciales que aparece en los documentos de planificación urbana no ha prevalecido para nada a nivel de la gestión de la ciudad (al contrario, de forma un tanto paradójica, los grandes proyectos comerciales se han multiplicado en la Ciudad de México sin limitación aparente), debemos de señalar que el desfase que hemos subrayado trae importantes consecuencias. Por una parte, la postura de los planificadores urbanos frente a las grandes centros comerciales impide que la autoridad pública enfrente el tema del necesario ordenamiento territorial que requieren estas centralidades urbanas importantes, tanto en materia de movilidad (dado que éstas generan importantes desplazamientos, en particular, requieren estar incorporadas en una visión global de ciudad) como en cuanto a su integración urbana a una micro escala. Por otra parte, se desaprovecha el potencial importante que han demostrado estos hitos urbanos para organizar la metrópoli: mientras los centros y sub-centros propuestos en los planes de desarrollo urbano no logran consolidarse, las grandes centralidades comerciales podrían estar incorporadas, mejoradas, ordenadas, dotadas de funciones más completas a través de un conjunto de acciones públicas. El no tomarlas en cuenta, ya sea para mitigar sus impactos o para fortalecerlas, contribuye sin lugar a dudas a marginalizar e incluso a desacreditar la planeación urbana, la cual aparece cada vez más lejana de los verdaderos retos del desarrollo urbano.

Finalmente, tratándose ante todo de centralidades urbanas impulsadas por el capital privado, esta postura de los planificadores urbanos frente a los grandes centros comerciales nos sugiere una reflexión importante con respecto a las relaciones privado/público: sigue existiendo una separación muy marcada entre ambos, a pesar del discurso actual acerca del tema de la colaboración entre éstos y de la aceptación del papel que juega el sector privado como actor de la transformación urbana.

NOTAS

1 “Policentralidad en las metrópolis hispano-americanas: investigadores y planificadores urbanos de cara a una transformación mayor del espacio urbano”. Proyecto financiado por el Groupement d’Intérêt Scientifique Amérique latine (GIS AL, Francia).

2 Para una caracterización fina de la segregación socio-espacial en la Ciudad de México, véase: R.M. Rubalcava & M. Schteingart (2000). “Segregación socioespacial”, pp. 287-296, en G. Garza (coord.), *La Ciudad de México en el fin del segundo milenio*, El Colegio de México.

- 3 G. Garza y L.J. Sobrino muestran muy bien, a través de un análisis de los censos económicos, cómo evolucionó el padrón de distribución del comercio en la Ciudad de México, y cómo, al expandirse el área metropolitana, se ha modificado la distribución del comercio, “transitando desde la ciudad monocéntrica, con un solo centro comercial, hacia otra policéntrica, con un número creciente de áreas comerciales, proceso que está lejos de agotarse” (Garza & Sobrino 2000).
- 4 El consorcio Ara, un desarrollador importante especializado en este segmento del mercado habitacional, se está involucrando claramente en esta nueva actividad a través de su filial Promotora y Desarrolladora de Centros Comerciales (PDC2). A inicios del año 2002, inauguró Centro San Miguel, localizado en el municipio de Cuautitlán Izcalli, dentro del fraccionamiento de Ara Ex Hacienda San Miguel (65 000 m² de área comercial y una tienda de autoservicio de la Comercial Mexicana como ancla). Otro proyecto previsto, más ambicioso aún y desarrollado por el mismo grupo Ara es Centro las Américas, en Ecatepec (norte de la ciudad), definido como « regional », para las comunas de Ecatepec, Atenco y Acolman. Ubicado al lado de un conjunto habitacional de 13 000 viviendas y de un parque industrial de 69 ha, contará con 190 000 m² de área comercial, y será anclado en una tienda departamental, con salas de cine. Su lema, “el Centro al Oriente de la ciudad”, nos dice mucho acerca del impacto que se espera de él.
- 5 Detalle no anecdótico: al sub-centro urbano constituido alrededor de Perisur también fue trasladada la sede de la Vicaría Territorial Episcopal VI (Vicaría San José), ubicada anteriormente en San Ángel.
- 6 Generalmente, las definiciones de la noción de “centralidad” hacen mucho hincapié en esta dimensión multifuncional.
- 7 Según una gran encuesta realizada en 1994 en seis centros comerciales, hacer compras era motivo de viaje sólo para el 40% de las personas encuestadas; para la misma proporción de entrevistados, los motivos “pasear” y “comer” fueron el objetivo de su ida al centro comercial (Muñoz Muñoz 1997).
- 8 No podemos dejar de mencionar, al respecto, la película mexicana *Amar te duele* (realizada en 2002), la cual propone un drama juvenil que tiene lugar casi exclusivamente en el centro comercial Santa Fe, verdadero espacio de vida para los grupos de jóvenes.
- 9 Acerca de Santa Fe, Castro Pozo & Cornejo escriben que “como en décadas pasadas, el primer Sanborn's de los Azulejos, la Arquitectura urbanística de la colonia Roma, los paisajes, calles y establecimientos de la Zona Rosa, o los cafés y restaurantes de Polanco establecieron sentidos de pertenencia y diferenciación de determinados grupos sociales, en Santa Fe, acontece algo similar”.
- 10 Eso aparece tanto en los sucesivos programas de desarrollo urbano del Distrito Federal como en el Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana del Valle de México (1998), que tiende a hacer aún más énfasis en este tema.
- 11 Curiosamente, a pesar del impacto considerado como muy negativo de las nuevas centralidades, lo único que se menciona con respecto a ellas, dentro de los objetivos de planeación, es la voluntad de “regular su ubicación y desarrollo” y de “desalentar la creación de grandes desarrollos concentrados” (los desarrollos terciarios se tienen que fomentar a lo largo de corredores urbanos existentes o por consolidar). No aparecen elementos de solución para tratar de mitigar los numerosos impactos negativos que se han puesto a la luz.
- 12 Resultado del trabajo de la Comisión Metropolitana de Asentamientos Humanos (COMETAH), fue aprobado en 1998 por el Gobierno del D.F., el Gobierno del Estado de México y el Gobierno Federal.
- 13 Además, muchos de los corredores urbanos planteados corren sobre las antiguas calzadas dique, como Tlalpan y México Tacuba (Terrazas 1988).
- 14 De manera general, los lugares tradicionales e históricos de la ciudad ocupan un lugar esencial para los planificadores. Además de los centros y sub-centros, se hace referencia a ciertos lugares que “propician las interacciones sociales”. Son plazas públicas y espacios colectivos como el Zócalo, la Alameda, Chapultepec, San Ángel, Coyoacán, Tlalpan, Tepito, la Zona Rosa, Polanco, Santo Domingo, San Fernando, Garibaldi.
- 15 En cuanto a su diagnóstico urbano, las nuevas centralidades casi no están mencionadas. Como lo explica una evaluación que hizo el Colegio Mexiquense de este documento, los equipamientos que este programa considera como detonadores de nuevos patrones de crecimiento urbano no son tal vez los más importantes y decisivos (*Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana del valle de México: evaluación y perspectivas -documento general para la discusión*. El Colegio Mexiquense, 2001).
- 16 En cambio, señalaba ya que habían surgido en otras localizaciones grandes proyectos urbanos a cargo de promotores privados, fundamentalmente establecimientos comerciales para el mercado alto y medio alto.

BIBLIOGRAFÍA

Castro Pozo, Maritza & Inés Cornejo Portugal 2001 – Los espacios comerciales: ámbitos para el contacto juvenil urbano. En Miguel Ángel Aguilar, Amparo Sevilla & Abilio Vergara (coord.), *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*: 271-295. CONACULTA/UAM/Miguel Ángel Porrúa, México.

- Castro Pozo, Maritza & Inés Cornejo Portugal 1995 – La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes. *Ciudades* (27): 24-28. México.
- Contreras, Yasna 2006 – “Nuevas centralidades comerciales y planificación urbana: el caso de Santiago de Chile”. Informe de investigación, Santiago de Chile.
- Cornejo Portugal, Inés 2001 – Plaza Universidad: ¿“estar” en un centro comercial es una manera de “hacer” ciudad? En Miguel Ángel Aguilar Amparo Sevilla & Abilio Vergara (coord.), *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*: 297-336. CONACULTA/UAM/Miguel Ángel Porrúa, México.
- Cornejo Portugal, Inés & Elizabeth Bellón Cárdenas 2001a – Centro Santa Fe: ¿la nueva Ciudad de México? *Revista iberoamericana de comunicación* (1): 79-95. México.
- 2001b – Prácticas culturales de apropiación simbólica en el Centro Comercial Santa Fe. *Convergencia* (24): 67-86. México.
- Garza, Gustavo & Jaime Sobrino 2000 – Distribución intrametropolitana de la industria, el comercio y los servicios. En Gustavo Garza (coord.), *La Ciudad de México en el fin del segundo milenio*: 185-194. El Colegio de México, México.
- Hiernaux Nicolas, Daniel 2002 – Los frutos amargos de la globalización: expansión y reestructuración metropolitana de la Ciudad de México. *EURE* 25 (76): 57-78. Santiago de Chile.
- Hiernaux Nicolas, Daniel 2000 – Historia de la planeación de la Ciudad de México. En Gustavo Garza (coord.), *La Ciudad de México en el fin del segundo milenio*: 707-716. El Colegio de México, México.
- López Levi, Liliana 1999 – *Centros comerciales. Espacios que navegan entre la realidad y la ficción*. Editorial Nuestro Tiempo, México.
- López Zarate, Manuel & Jacobeth Ochoa Méndez 1995 – Santa Fe; razones de un proyecto. *Ciudades* (27): 56-60. México.
- Lulle, Thierry & Catherine Paquette 2007 – Los grandes centros comerciales y la planificación urbana. Un análisis comparativo en dos metrópolis latinoamericanas. *Estudios demográficos y urbanos* (65). México.
- Mélé, Patrice 1996 – “Centralité et espace urbain : dynamiques, politiques et pratiques des centres au Mexique”. Tesis de doctorado en geografía, Universidad de París III.
- Muñoz Muñoz, María de los Ángeles 1997 – “Logística de distribución física de productos de consumo calificado e impacto en los patrones de desarrollo urbano: el caso de los grandes centros comerciales de la zona metropolitana de la Ciudad de México”. Tesis de Maestría en Desarrollo Urbano. El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano.
- Parnreiter, Cristof 2002 – Ciudad de México: el camino hacia una ciudad global. *EURE* 28 (85): 89-119. Santiago de Chile.
- Portal Ariosa, María Ana 2001 – Del centro histórico de Tlalpan al centro comercial Cuicuilco: la construcción de la multicentralidad urbana. En Miguel Ángel Aguilar, Amparo Sevilla & Abilio Vergara (coord.), *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*: 239-270. CONACULTA/UAM/Miguel Ángel Porrúa, México.
- Ochoa, C. 2001 – Del centro de la ciudad al centro comercial, los nuevos territorios de la experiencia cinematográfica en la Ciudad de México. En Miguel Ángel Aguilar & Mario Bassols (ed.), *La dimensión múltiple de las ciudades*: 113-136. UAM Iztapalapa, México.
- Ramírez Kuri, Patricia 1993 – “Transformaciones espaciales y modernización urbana: la Ciudad de México y los macro-proyectos comerciales”: ‘Centro comercial Coyoacán’. 1989-1993. Tesis de maestría en estudios regionales, Instituto Mora, México.
- 1995 – Entorno, consumo y representaciones urbanas en la Ciudad de México. *Ciudades* (27): 46-50. México.
- 1997 – Centros urbanos y megaproyectos comerciales: una revisión crítica del esquema de planeación. En Roberto Eibenschutz Hartman (coord.), *Bases para la planeación del desarrollo urbano en la ciudad de México. Tomo II- Estructura de la Ciudad y su región*: 444-477. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco/Miguel Ángel Porrúa, México.
- Rubalvaca, Rosa María & Martha Schteingart 2000 – Segregación socioespacial. En Gustavo Garza, (coord.) *La Ciudad de México en el fin del segundo milenio*: 287-296. El Colegio de México, México.
- Terrazas, Oscar 1988 – De la ciudad central a la ciudad interior. En Oscar Terrazas & Eduardo Preciat (ed.), *Estructura territorial de la Ciudad de México*. Plaza y Valdés y Departamento del Distrito Federal, México.
- Vázquez Pinacho, Yádira 2000 – “Los centros comerciales de la Ciudad de México”. Tesis de Maestría en Estudios Urbanos. El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano.

REFERENCIAS DE LOS DOCUMENTOS DE PLANEACIÓN ANALIZADOS:

- *Programa Integral de Vialidad y Transporte 2001-2006*. Gobierno del Distrito Federal.
- *Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal (PGDUDF)*, 2001-2006. Gobierno del Distrito Federal, 2003.

- *Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana del valle de México (POZMVM)*. Gobierno del Distrito Federal, Gobierno del Estado de México, SEDESOL, 1998.
- *Programa de Ordenamiento de la Zona Metropolitana del valle de México, POZMVM: evaluación y perspectivas (documento central para discusión)*. El Colegio Mexiquense, 2001.
- *Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, versión 1996*. Departamento del Distrito Federal, 1996.
- *Programa General de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, 1987-1988*. Departamento del Distrito Federal, 1988.
- *Plan de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, versión 1982*. Departamento del Distrito Federal, 1980.
- *Plan de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, versión 1980; versión abreviada*. Departamento del Distrito Federal, 1980.

Recibido: 30 de agosto, 2006

Aceptado: 11 de diciembre, 2006