# |1213| EN EL CONTEXTO DE LA CITY MARKETING: MUTACIONES EN LAS FORMAS DE HABITAR DE LOS ESPACIOS CÍVICOS DEL CENTRO URBANO

*Juan Carlos Ceballos Guerra*

**Resumen**
Los rasgos de la actual geografía urbana plantean nuevos interrogantes acerca de los espacios públicos de las ciudades que están inscritas en el modelo económico de la City Marketing. La imagen de Medellín, como pasa con otras ciudades de América Latina, ha sido transformada con el apoyo de una estrategia de renovación física de lugares céntricos que fueron muy importantes como referentes de la ciudad industrial del Siglo XX, venidos a menos por el proceso de deterioro físico y ocupación de espacios públicos. En los últimos 20 años, el modelo de la City Marketing se ha apuntalado en los planes de desarrollo local en congruencia con las directrices del ordenamiento territorial, la reglamentación sobre el uso del espacio público y el Plan Estratégico para Medellín y el Área Metropolitana. El Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad plantea que el sistema de espacio público debe ser el estructurante urbano por excelencia, además de constituir un nodo generador de escenarios de encuentro democrático para los diversos grupos de población. Este artículo se ocupa de los espacios cívicos de alta representatividad situados en el centro urbano de Medellín. Se propone hacer una lectura de la evolución de estas transformaciones físicas y estéticas en el marco de la ciudad competitiva. Hace énfasis en cómo se transforman también las prácticas del habitar, los usos y las formas de apropiación por parte de la población.
**Palabras clave**: City Marketing, centro urbano, espacio público, identidades colectivas, segregación.

## Presentación

> Uno se pregunta qué causará más daño al espíritu de la Humanidad actual, si la codicia cegadora o el apresuramiento agotador. Sea como fuere, los gobernantes de todas las orientaciones políticas se esfuerzan por promover ambas cosas e incrementar hasta la hipertrofia aquellas motivaciones que impulsan al hombre hacia la competencia (Lorenz, 1973, p. 38)

Medellín es el centro de la ciudad metropolitana del Valle de Aburrá, en el departamento de Antioquia, Colombia. Es atravesado longitudinalmente por el río Medellín que se constituye en su estructurante natural de mayor jerarquía.

El último censo nacional efectuado en 2.005 estableció que la ciudad tenía 2'499,080 de habitantes, equivalentes al 67% del total metropolitano que 3.729.970 . Para el año 2.020, la población de la ciudad se incrementará – según las previsiones del gobierno local - en 434.014 personas, es decir a un promedio anual de 28.934 habitantes y su tasa de crecimiento

total media anual será de 1.067%, entre 2005-2020. ( POT, documento técnico de soporte, 2006, p.85)

El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) de Medellín comenzó a regir desde 1999. En él se establece un Sistema Estructurante de Ciudad. Consideró que el espacio público es uno de los temas más importantes para el equilibrio ambiental, para la integración social y la construcción de ciudadanía.

El diagnóstico en el que se basó el POT hacía referencia a un total de 3.97m2/habitante para 1999. Cuando se llevó a cabo el estudio de soporte a la revisión del POT en 2006, el índice fue de 3.49 m2/habitante. En este período, la ciudad construyó espacios públicos de carácter barrial y también metropolitanos, pero no fue suficiente comparado con el crecimiento demográfico.

La tipología de espacios públicos señalada por el POT incluye los Cerros Tutelares, parques lineales de quebradas, zonas verdes públicas, miradores panorámicos y áreas cívicas y representativas, entre las cuales se destacan los edificios públicos, plazas y parques situados en centro tradicional de la ciudad por su valor histórico, arquitectónico, estético y cultural.. De estas áreas y espacios públicos centrales se ocupó la investigación que da origen a este artículo, realizada por el Grupo de Comunicación Urbana de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Colombia. Se toma como referencia temporal desde 1993, cuando empezó a regir para cada gobierno local de elección popular la obligación de comprometer un plan de desarrollo con las directrices y políticas de gestión pública. Tiene en cuenta el marco jurídico que estableció la Ley de Ordenamiento Territorial de 1998 y se enmarca en el contexto de la ciudad competitiva que fue el hito más importante del tránsito de una ciudad industrial a una de servicios. El interés es mostrar las tensiones generadas en este sistema de relaciones entre el espacio público del centro tradicional, los planes de desarrollo que abocan por un modelo de ciudad competitiva y los nuevos usos, formas de apropiación y control de estos espacios, donde se empezaron a dar unas marcadas diferencias en las formas de habitar de aquellos espacios de alto valor y representación colectiva.

## La City Marketing: ¿Ruta hacia el progreso?

Ante los ojos de los habitantes, la ciudad se transforma poco a poco, por fracciones. El centro urbano de mayor representatividad, se vuelve un gran corredor de servicios: Donde había

calles, ahora cruzan avenidas. Donde había fábricas, se construyen centros de reuniones y convenciones para las ruedas de negocios de la economía global. Donde hubo modestos edificios de gobierno aparecen nuevas edificaciones resguardadas por sofisticados sistemas de seguridad. Antiguas casas republicanas son demolidas para levantar en su lugar hipercentros comerciales. Buses articulados se abren paso al lado de los autobuses convencionales. Donde había plazoletas y parques a los que acudían los parroquianos a citas, a conversar, a encontrarse con un pariente o un paisano, a pasar el rato en un café, ya hay grandes parques de atracciones por donde cruzan los turistas. Donde antes estaban las fábricas, ahora hay complejos de comercio, bodegas, nuevas unidades residenciales y numerosas torres de apartamentos. Expectantes, alucinados, permanecen los ciudadanos preguntándose qué vendrá después.

Desde comienzos de la década de 1990, el desarrollo urbano ha sido garante de la inserción de la ciudad de Medellín y sus regiones próximas en el modelo de una economía global. Los espacios públicos desempeñan un papel importante en la modelación de una ciudad de futuro y en la puesta en escena de signos evidentes, palpables, materiales, de un progreso a todas luces asombroso.

La construcción de estos megaproyectos de espacio público se hace en zonas que habían entrado en procesos de deterioro físico o que, debido a la migración de sus residentes a otros barrios de la ciudad, acentuó su tendencia a convertirse en un sector de comercio y servicios en detrimento de los usos residenciales.

Los equipamientos de espacio público se instalan sin poca conexión con el entorno. Pareciera que su intención fuera no sólo transformar un lugar específico sino hacer una renovación en su escala territorial mayor. De hecho, con el paso de los años, ha sido evidente que donde predominaron tipologías de comercio como talleres automotrices, bodegas, aserríos, restaurantes, almacenes de repuestos y ferreterías, han cambiando las funcionalidades de los establecimientos situadas a su alrededor.

En el lugar dejado por aquellos, comenzaron a instalarse otros servicios, de baja ocupación laboral, más apropiados para la atención al visitante y al turista como negocios de comidas rápidas, parqueaderos, entre otros. Alrededor de éstos, también se construyeron torres de apartamentos donde la vivienda no aparece vinculada al barrio de manera orgánica. Los nuevos moradores se conectan a la ciudad a través del vehículo y son pocas las relaciones con la economía barrial y con sus vecinos.

Las funciones del centro urbano, su aporte a las identidades de la colectividad y su reconocimiento como patrimonio arquitectónico de la sociedad local, entran en tensión con los paradigmas del desarrollo urbano que se requieren implementar para darle cabida a este prototipo de ciudad como gran escenario de comercio y servicios para la competitividad.

**¿Cuál es la importancia del Espacio Público?**

Dentro del medio físico urbano, el sistema de espacio público constituye un hito importante en el crecimiento y desarrollo de la ciudad en la medida en que estructura otros componentes físicos y de infraestructura urbana. Adquiere una importancia singular en el ordenamiento físico porque vincula, une, liga, articula espacios con funcionalidades diversas. Sin embargo, las actividades que los habitantes desarrollan en el espacio no son exclusivamente de carácter técnico o instrumental, no obedecen sólo a unas funciones que los espacios proveen a los usuarios. El espacio público es un escenario fundamental donde se dan múltiples relaciones sociales en función de la ocupación del tiempo libre, de las redes afectivas, de la sociabilidad, de los intercambios económicos. Es un medio físico abierto donde es posible la expresión de valores estéticos, la divulgación de temas de interés para la opinión pública y el reconocimiento de problemáticas sociales, entre otras motivaciones y necesidades de la población. Como lugar de acceso libre, evidencia las contradicciones del hábitat en sus diferentes problemáticas socioeconómicas, políticas y jurídicas, simbólicas y culturales.

Los atributos del espacio público no sólo están dados por el diseño arquitectónico sino también por el tejido de una red espacial que facilita o imposibilita la apropiación colectiva. Por esto, el espacio público es un lugar socialmente marcado. Sus atributos estéticos y las prácticas sociales que allí se realizan tienen un alto contenido simbólico y hacen referencia a épocas, costumbres, modelos sociales, idearios e imaginarios de desarrollo. En estas expresiones estéticas y comunicativas, los habitantes van marcando sus hábitos y rituales en el espacio que habitan.

De esta manera, la arquitectura configura lenguajes simbólicos para la sociedad. A su vez, el tejido urbano establece condiciones a las interacciones de la población en los espacios de uso colectivo. Es por esto que en la historia urbana, los espacios públicos que son hitos del desarrollo físico, se constituyen en referentes de la colectividad. Es el caso del centro

tradicional, escenario priorizado por esta investigación sobre las prácticas de habitar en los espacios colectivos del hábitat urbano en Medellín.

> Un objetivo primordial para pensar una política de espacios públicos urbanos, es organizar la heterogeneidad: instaurar, preservar y promover la comunicación entre gente diferente. Un supuesto de esta política es que una ciudad es el espacio de protección de las diferencias, del pluralismo. Cuando este respeto por las diferencias no existe, no hay comunicación urbana, salvo la comunicación a través del conflicto: asaltos, clasismo, racismo, xenobia, y así por delante. En esta perspectiva de heterogeneidad, es de enorme importancia la identificación de los ciudadanos con un centro urbano – y, en él, con espacios públicos simbólicos-: un centro con capacidad de acoger diferencias, de organizar encuentros, de provocar comunicación entre culturas, grupos sociales, individuos y sexos. La decadencia de la ciudad es la segregación. Es la decadencia de la ciudadanía. (Segovia y Dascal, 2000, p. 77)

En los últimos 20 años, esta renovación de la imagen física del centro urbano de Medellín se ha apuntalado en los planes de desarrollo local en congruencia con las directrices del ordenamiento territorial (Ley 388 de 1997), el decreto reglamentario de espacio público (Dec.1504/98), el Plan Estratégico para Medellín y el Área Metropolitana (1997).

En este artículo se observan algunos aspectos de la planeación del ordenamiento territorial y de los planes de desarrollo local que permiten una lectura de las acciones de renovación urbana del centro tradicional que es el escenario más importante para esta venta de la ciudad en el concierto internacional.

**La planeación del desarrollo a través del ordenamiento territorial**

A partir de 1997, los estamentos de gobierno de la ciudad de Medellín, tomaron las decisiones aprobadas en acuerdos, normas y planes de desarrollo que permiten en la actualidad hablar de una ciudad que – según la prensa, los gobernantes y los empresarios – superó sus adversidades y es modelo a seguir.

Estos planes y proyectos se sintonizan con el ámbito de la planeación nacional que comenzó con la apertura de fronteras para el fortalecimiento del modelo económico de la competitividad, liderado por el estado central quien se ajustó a las exigencias de la banca internacional.

Estas acciones se han acompañado de un modelo de administración y gestión pública en el que el uso de los recursos y la transparencia en su administración se anuncian por cada gobierno local como el antídoto contra la corrupción en las entidades públicas.

Por otra parte, el modelo de ciudad competitiva y global, ha desarrollado una gran estrategia de mercadeo donde los indicadores de seguridad, control, tecnología constructiva, son claves en la venta de la ciudad.

Cabe decir que la renovación física de los últimos 20 años ha sido importante no solo para la imagen exterior de una ciudad como Medellín, apabullada por los carteles de la droga en las décadas de 1980 y 1990. También ha incidido esta modificación de espacios céntricos en la autoimagen de los mismos habitantes quienes se sienten orgullosos de su ciudad y se motivan a volver al centro tradicional para usar los nuevos espacios.

**El centro urbano: dinámicas económicas**

Las formas de habitar los espacios públicos de la ciudad han estado permeadas por diferentes fenómenos de violencia, de guerra de carteles del narcotráfico y su aparataje de corrupción y criminalidad, el desempleo creciente, el aumento de consumo de alucinógenos, el lavado de dólares en el sector inmobiliario y en la red de monumentales casinos.

> A todos nos tocó esa plata de la mafia, aquí no hay nadie que no haya sido tocado por esta plata. En los años 80´s y 90´s la gente estaba trabajando la coca y se vestía con las ganancias de ese cultivo. Muchos capitales fueron conseguidos en este tiempo. Esa plata está invertida en negocios de este barrio Guayaquil que ha sido siempre de comercio, en los carros lujosos y en las fincas de los comerciantes. (Lucelly Piedrahita, confeccionista, 2009)

Se constata que hay otros dominios territoriales vinculados a grupos de poder económico ilegal y al crimen organizado, con otras lógicas y bajo otros órdenes en los que el territorio ya no es sólo una cuestión de dominio estatal sino la sobrevivencia del más fuerte en razón a su poder económico o a la capacidad de "hacer justicia" por su propia cuenta.

Está en entredicho la función social de los espacios del centro urbano en el mantenimiento de relaciones de convivencia. De igual manera, se destaca la disminución del centro como referente cultural, que durante muchas décadas ha desempeñado un papel importante en la consolidación de tradiciones, imaginarios, espacios que dan cuenta de la diversidad y heterogeneidad de las prácticas simbólicas de la población.

**Los planes de desarrollo local**

Los planes de desarrollo municipal empezaron a focalizar el centro de la ciudad como territorio fundamental para la construcción de nuevos espacios públicos de escala metropolitana y de programas de vivienda nueva en sus alrededores. El perímetro del centro se amplió para darle cabida a la alta valorización de la renta inmobiliaria jalonada por la construcción de macroproyectos de desarrollo urbano: equipamientos institucionales, edificaciones de gobierno, plazas, parques lúdicos, nuevos sistemas de transporte, grandes avenidas.

El plan de desarrollo de Medellín formulado en 1993, contempló, entre otros, las siguientes estrategias: recuperación, ordenamiento, estructuración del espacio público; y reordenamiento del centro de Medellín en las zonas periféricas de la Comuna 10 – La Candelaria-, donde está localizado. Hacía énfasis en los sectores ocupados por la economía informal.

> En esta calle Maturín éramos 73 venteros. Fue en 1992. Nos querían sacar a la fuerza. Hicieron un operativo como a las 11:00 p.m. La policía se tomó las calles donde teníamos los puestos de venta de mercancía. Cuando llegué, estaba acordonado por lado y lado. No había entrada por ninguna parte y estaban esos aparatos de carga tirando las chazas y vitrinas al suelo. Hicimos una gran protesta. Salimos en televisión internacional (Abelardo Montoya, ventero ambulante desde 1975).

En el período 1995-1997, el alcalde era del partido conservador. El Plan de Desarrollo estipuló que dentro de un marco de globalización e internacionalización de la economía, habría que "desconcentrar el centro, propiciar la localización de proyectos de vivienda nueva en este sector para el retorno y la apropiación del mismo por la población residente".

En todos los planes siempre estaba la promesa de hacer unas políticas de desarrollo urbano con la participación de todos los actores sociales.

> (…) la consolidación del desarrollo del centro de la ciudad como espacio funcional para la convivencia, mediante el mejoramiento de las condiciones para su uso y disfrute colectivo, con la participación de todos los agentes en forma concertada, respetando las características de tipo cultural, cívico y comercial de esta zona de la ciudad (Plan de Desarrollo General de Medellín, 1993 - 1995).

**El Plan Estratégico**

Al final del Siglo XX, los planes de desarrollo local y departamental situaron a Medellín como una ciudad que requería una integración con los 10 municipios del Valle de Aburrá con los cuales se estaba dando un denso tejido de conurbación.

En 1997, la alcaldía de Medellín convocó a un amplio grupo de instituciones de la sociedad civil, la empresa privada, el sector público y académico a un proceso de reflexión, diagnóstico y análisis sobre el futuro de la ciudad y del Área Metropolitana cuyo fin era la formulación de un Plan Estratégico con perspectiva al año 2015.

Este Plan trazó la meta de alcanzar una "ciudad competitiva, ambientalmente sostenible, socialmente equilibrada, acogedora e integrada espacial y funcionalmente a partir de los ejes estructurantes y del sistema de centralidades".

Enunció un discurso basado en la racionalidad y eficiencia de entes descentralizados y sociedades al servicio público. Vio en la apertura económica la perspectiva de la generación de mayor empleo y desarrollo con el incentivo hacia una dinámica exportadora. Propuso la dotación de espacios públicos y equipamientos recreativos, culturales, comerciales y de servicios sociales como un factor de integración social y sistema estructurante urbano del territorio.

Entre las propuestas del Plan Estratégico para grandes actuaciones urbanas se destacaron la conformación de la "mejor plataforma competitiva y metropolitana sobre el corredor del río Aburrá. Asimismo, el fortalecimiento de la región y la internacionalización de la metrópoli con la consolidación de áreas para la localización de clúster competitivos de salud, educación, ciencia y tecnología".

En relación con el centro fundacional, el Plan Estratégico para Medellín (1997) propuso la recuperación del centro como escenario de identidades colectivas.

> Tres de cada cinco personas piensan nuestro centro como caos: en vías y aceras, ruido, mal olor y deterioro estético y sólo uno de cada diez lo piensa como inseguro. No debe preocuparnos ni la inseguridad ni la congestión pues es característica inherente a todo centro; pero sí nos tiene que preocupar que esté en crisis, que se haya desvalorizado ante muchos de nosotros, que los diferentes estilos de vida provenientes de nuestras particulares condiciones económicas y socio – culturales no se puedan desplegar en ese espacio.

**Ciudad Competitiva**

En este modelo de ciudad del futuro, el centro tradicional se empezó a transformar de manera acelerada respondiendo a algunos lineamientos diseñados en el Plan Estratégico, concordantes con el Plan de Ordenamiento Territorial y de ineludible compromiso por parte de los gobiernos locales sin importar sus diferencias políticas, ideológicas o partidistas.

A partir de la administración de 1998 – 2000, se institucionalizó para cada período de gobierno el uso del eslogan como promesa básica de sus acciones. Esto facilitó que la ciudad – con miras a su proyección internacional – se presentara como un producto comercial.
Este Plan de Desarrollo - con el eslogan de Medellín Ciudad Viva, Ciudad Botero- llevó a cabo una gran intervención en el centro tradicional. Construyó la Plaza de las Esculturas entre el Museo de Antioquia y la Antigua Gobernación de Antioquia, hoy Palacio de la Cultura. En 7.500 metros cuadrados instalaron 23 esculturas del maestro Fernando Botero.

"Medellín Competitiva" fue el eslogan de la alcaldía del partido liberal 2000 -2003. Hace referencia a una participación para "usar y consumir la ciudad". Planeó la construcción del Centro Internacional de Negocios.

La administración de gobierno del período 2004 – 2007 y 2008 – 2011, estuvo a cargo de representantes de movimientos políticos independientes de los partidos tradicionales conservador y liberal. Bajo el eslogan de "Medellín, con el compromiso de todos" y "Medellín, solidaria y competitiva", las intervenciones en el modelo de ciudad, según lo trazado en estos Planes de Desarrollo, tuvieron en buena medida afectación en el centro fundacional. Continuaron proyectos anteriores y desarrollaron otros nuevos.

Es así como durante la primera década del S.XXI se consolida la imagen de la ciudad pujante, emprendedora, progresista, desarrollada, competitiva, atractiva, internacional y de negocios. Esa imagen simboliza el progreso visible en la modernización estética y tecnológica. Fue la culminación de varias piezas del rompecabezas del Medellín del futuro: desde sedes de gobierno local, parques públicos especializados de carácter metropolitano, sistemas de transporte masivo como el Metro y Metrocable, Parques Biblioteca, entre otros.

Se infiere entonces que los planes de desarrollo en armonía con el Plan de Ordenamiento Territorial y en la perspectiva futura del Plan Estratégico para Medellín y el Área

Metropolitana, han sido garantes de una inclusión en modelos económicos de ciudad competitiva en el mercado global.

> Entre la norma y el plan que la ejecuta se establece una relación de reciprocidades que acaba tomando forma en las obras o intervenciones de desarrollo en el Espacio Público. No se hace nada que no apruebe la norma. A su vez, la norma es la que dice lo que tiene que hacerse (Ceballos J y Vélez J, 2002, p.30).

**Lo público en la encrucijada del mercado**

La importancia del espacio público radica en la configuración de temas comunes, de asuntos de interés general, pues actúa como escenario de formación de ideas, opiniones, valores, actitudes, comportamientos ciudadanos. Es un espacio comunicacional y pedagógico.
Durante el Seminario Internacional sobre Comunicación y Ciudad realizado por la Unesco en Medellín en 1995, el arquitecto Fernando Carrión advertía que "lo público, como instancia de regulación e intermediación de la sociedad, va disolviéndose en las lógicas privatizadoras que prevalecen sobre el interés colectivo".

Cuando han transcurrido casi dos décadas, se evidencia que estas lógicas privatizadoras toman mayor fuerza generando una acentuada segregación socio – espacial en la ciudad.

En aras de una funcionalidad de tránsito, orden y seguridad, flujo, servicios, comercio y consumo, el urbanismo ha facilitado una recomposición de los elementos del espacio público que ha contribuido a vaciar de significado los lugares que la sociedad había dotado de una fuerza simbólica con los hechos y acontecimientos de su historia.

A través de las normas, la vigilancia y seguridad se le imponen a las personas formas definidas de como debe apropiarse de los espacios públicos. Cambian los hábitos, las costumbres y rutinas y, por tanto, las formas de habitar.

Este proceso de "depuración" de los espacios públicos es visto como algo irremediable y comienza a ser observado como normal por parte de los pobladores. Se refuerza con el discurso publicitario en pos del progreso. Parece algo obligado para darle cabida a lo novedoso.

> Medellín, intenta dar respuesta a una serie de cambios sociales, políticos y económicos y a las dinámicas sociales modernas que marcan su nueva historia. De tal manera que pueda dotarse de una plataforma urbana

> adecuada, que garantice la vida armónica de sus habitantes y condiciones sociales (Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana 2015, p.144)

La construcción de nuevas tipologías de espacio público ha sido respaldada por una lenta transformación de las prácticas del habitar por parte de los ciudadanos que pasan a ser usuarios, visitantes o clientes y donde los espacios del centro no son cívicos sino lúdicos con una fuerte presencia de los órganos de poder y vigilancia. Unos usuarios que han sido durante varios años preparados para consumir este tipo de ciudad que muchas veces recorren como turistas, pues no tienen memoria de su mismo territorio.

> El Parque de los Pies Descalzos es un proyecto que tiene dueño, pues es un espacio de las Empresas Públicas para la ciudad que es cuidado y mantenido por las Empresas Públicas. Es un espacio con horario y con restricciones, a veces, en mi concepto, se maneja como un espacio institucional. (Boletín Centrópolis, entrevista al director Grupo de Investigación Laboratorio Urbano – LAUR-, agosto de 2003)

**Los acontecimientos se programan**

La cotidianidad de los lugares está traspasada por las normas y reglamentaciones diseñadas para el uso de los nuevos sitios que le dan prestigio a la City Marketing. Esto implica también un cambio en las formas de habitar de los ciudadanos.

> En los lugares turísticos del centro se ha creado la policía de turismo que es una policía especializada. En el Parque Berrío el sitio es seguro, existen cámaras, policías, seguridad privada, pero la delincuencia es avanzada. A medida que va pasando el tiempo y la tecnología avanza, la delincuencia avanza mucho más. (James Ausecha, agente de policía).

La omnipresencia del poder y la autoridad está visible de día y de noche no sólo en la monumentalidad de las formas arquitectónicas sino en los sistemas de control y vigilancia. La seguridad se ha tornado en principio absoluto para habitar la ciudad y sus espacios dispuestos para la puesta en escena de una Medellín feliz, bella y progresista. En este sentido, plantea María Florencia Bruno (2005, p.99) que el deseo y el miedo son anestesiados por los dispositivos de control y por la fragmentación del espacio urbano.

> La ciudad es objeto y deseo de repulsión en tanto puede ser simultáneamente percibida como área segura o de riesgo" (Améndola, 2000:2) Ello se refleja en la elección de las clases medias-altas respecto de su lugar de residencia; anhelando la seguridad para su vida cotidiana, privatizan el espacio público defensivamente, inmersos en un aislamiento elegido y posibilitado por su nivel de ingresos.

**"Medellín, ciudad para mostrar"**

"El Mundo en Medellín", una presentación de la Alcaldía que circula en Internet, anunció que entre los años 2004 y 2007 por el Aeropuerto José María Córdoba ingresaron a la ciudad más de 208 mil turistas extranjeros.

Al mismo tiempo, la organización de comerciantes habló sobre el éxito de los centros comerciales, pues cada 23 días se construye uno en Medellín. A pesar de estas intervenciones, en el año 2005, el Plan de Desarrollo señaló: "El espacio público en Medellín es deficitario, e incide en la marginalidad social y la segregación de la población que se evidencia en asentamientos humanos con altas densidades en la ocupación del territorio".

El boletín Centrópolis de la Corporación Cívica del Centro (Corpocentro), en la edición de noviembre de 2005, reconocía que en el año 2004 casi 5 mil personas ocupaban "indebidamente" el espacio público y cerca de 3 mil se dedicaban a la prostitución.

En la semana del 24 al 28 de septiembre de 2012 se presentaron grandes movilizaciones en el centro de la ciudad como reacción ante el "Plan piloto de seguridad en el centro" a cargo de las fuerzas de policía. Fueron el detonante de un problema social de envergadura que estaba silenciado hasta cuando las autoridades de gobierno decidieron expulsar o reubicar el comercio callejero de una parte del centro tradicional como parte de las estrategias de seguridad y control. Se puso en evidencia que en torno a este fenómeno de la economía informal había, por una parte, la expresión del desempleo, pero por otra, una ausencia de formas institucionalizadas de ejercicio de autoridad en lugares tomados por las bandas partícipes en el negocio del narcotráfico.

## Conclusiones

**La City Marketing: ¿Factor de equidad?**

El espacio público del centro tradicional se constituye en un espacio para compensar esas carencias y también como núcleo del reconocimiento de las diversidades sociales y culturales de la ciudad, máximo escenario de la democracia.

En las políticas y proyectos formulados y ejecutados por medio de los planes de desarrollo local ha predominado hasta ahora un criterio cuantitativo de medición de beneficios y de

inversiones que responde más a unos indicadores demostrativos de progreso que a incidir en el desequilibrio social y sus manifestaciones en la segregación territorial.

Algunos aspectos que han contribuido a la percepción de la población de que estos macroproyectos urbanos son los demostrativos de un acelerado progreso de la ciudad son: La articulación entre la planeación y el ordenamiento urbanístico; las decisiones políticas de las fuerzas de gobierno en sus planes de desarrollo; el lenguaje arquitectónico de las infraestructuras y equipamientos colectivos, y las campañas publicitarias pagadas en los medios de comunicación.

El discurso de la competitividad, el desarrollo, la modernización no distingue matices ideológicos ni parece tener contradictores porque – aparentemente- los conceptos tienen un mismo significado y el referente es la ciudad futura con amplias avenidas, sistemas de transporte masivo, un renovado centro urbano tradicional y equipamientos colectivos de alta visibilidad. También – parece - las intenciones son claras en sus búsquedas de equidad y justicia para todos.

Sin embargo, la arquitectura de estos espacios, los diseños urbanísticos así como las técnicas constructivas hablan de unos lugares selectivos, que disponen de barreras para no permitir el acceso de todos y donde lo grandilocuente es reforzado por los mensajes de la publicidad institucional donde el énfasis se pone en el carácter comercial y no en sus cualidades para albergar las diferentes prácticas culturales de la colectividad.

Estas intervenciones dirigidas a la modernización del espacio público muchas veces acaban con la naturaleza y el espíritu colectivo de estos lugares que tienen una carga simbólica en la memoria de los habitantes. Se tornan en espacios que sólo atienden a criterios funcionales: tránsitos, movilidad y flujos. El estar o permanecer allí está supeditado a las condiciones de seguridad, el aseo, el mantenimiento de infraestructuras o la apropiación de determinados grupos sociales que se consideran "problemáticos para la tranquilidad ciudadana".

Las condiciones de habitabilidad de amplios grupos de población, se ven desmejoradas ante el avasallamiento de viviendas cada vez más reducidas en sus áreas privadas y donde las promotoras inmobiliarias no aportan espacio público. Las unidades residenciales traen una alta densidad poblacional que desborda la ocupación de calles, zonas de parqueo, lugares para la recreación y el deporte, equipamientos de educación, salud y bienestar social. Se ha

favorecido el sector inmobiliario en desventaja de las calidades habitacionales de los nuevos proyectos de vivienda.

En este contexto socioeconómico de la ciudad para la venta, las relaciones entre las personas empiezan a definirse en función de los atributos que los mismos espacios públicos erigen como paradigma. Así, el acceso de los usuarios o visitantes está dado por su nivel social y económico y es un factor de inclusión o exclusión. La segregación socio-espacial a escala urbana se expresa en el territorio micro del espacio público. Y la seguridad se ha convertido en atributo indispensable para la generación de nuevos usos y la promoción del turismo en el marco de la competitividad.

La articulación entre el lenguaje arquitectónico y el lenguaje de los medios de comunicación institucional, contribuye a la configuración de percepciones sobre unas formas de habitar donde todo es programado, previsto, reglamentado, muy útil a la puesta en escena de la ciudad para venderse. Donde la forma urbana es una belleza adosada, adocenada, fingida, superpuesta. Donde la ciudad sobredimensiona su apariencia estética, pero no es socialmente representativa de estos nuevos vientos de progreso porque oculta con poderes de seguridad y control las miserias del modelo económico neoliberal, salvaje y globalizado.

¿Se basa tal vez este modelo de la City Marketing en el principio de la tiranía de la razón económica y política llevada a cabo en planes y proyectos donde el único valor posible es el de cambio; donde no cabe la ciudad para todos ni el centro urbano para todos como horizonte máximo de lo público; y donde la ciudad es una mercancía a la que sólo pueden acceder los que tienen la capacidad económica para hacerlo y, como mercancía, no es apropiada ni ata con lazos de identidad sino que se arroja cuando ya no es útil?.

La ciudad competitiva, la City Marketing, no solo es una estrategia publicitaria, de mercadeo y posicionamiento de una ciudad como un producto con marca reconocida en el ámbito nacional e internacional. Va más allá. Es una transformación de las prácticas del habitar la ciudad, sus centralidades, sus espacios públicos, las formas de socialización, su patrimonio arquitectónico, sus diversidades y heterogeneidades socio-culturales. Este modelo de desarrollo urbano se hace hegemónico, dominante, en perjuicio de otros enfoques y concepciones.

Es así como el espacio público de hoy es concebido para poner en escena modelos de nueva ciudad. No de tramas de interacciones y encuentros sino de funciones establecidas,

institucionalizadas, de control normativo, de exclusión disfuncional de lo pobre, de lo popular, de lo que afea los lugares públicos que han sido apropiados desde épocas pasadas. Trascender esta concepción es objeto de una política pública que surja desde la ciudadanía como un reclamo de espacios para una sociedad democrática.

## Referencias bibliográficas


Bruno, María Florencia et al (2005), *Emergencia de nuevos espacios urbanos y de construcción de subjetividad: el "country" y el miedo al Otro*, En: Nuevas identidades urbanas en América Latina.

Ceballos J y Vélez J (2002). *Habitar y comunicar… El rincón*. Medellín: FORHUM –Escuela Internacional del Hábitat y el Desarrollo Local: Escuela del Hábitat –CEHAP- Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín.

Concejo de Medellín (2006). *Acuerdo no. 46: Por el cual se revisa y ajusta el Plan de Ordenamiento Territorial para el Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones*. Gaceta Oficial. - Medellín. - No. 2803 (Ago. 24 2006).

_____*Documento Técnico de Soporte*, Municipio de Medellín.

Corporación Cívica del Centro( 2003) . *Boletín Centrópolis*. , Año 1, Número 3. Agosto.

_____(2005)_____Año 3, Número 9. Septiembre

LEY 388 DE 1997 (18 de junio) Reforma Urbana. Congreso internacional de políticas: vivienda de interés social, factor de desarrollo municipal; corvide, corporación de vivienda y desarrollo social.. Págs: 21,27,64,65,78

Lorenz, K. (1973), Los ocho pecados mortales de la humanidad civilizada. Barcelona:

Plaza & Janés.

Periódico El Colombiano (25/06/2005)

Periódico El Colombiano (6/08/2005)

Periódico El Colombiano (7/09/2005)

Periódico El Colombiano (27/01/2008)

Peyloubet, Paula (2006). Revista al hábitat. Escuela del Hábitat – CEHAP-. Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional de Colombia, Medellín.

Plan de Desarrollo de Medellín 1993 – 1995. Alcaldía de Medellín.

Plan de Desarrollo de Medellín 1995 – 1997. Alcaldía de Medellín.

Plan de Desarrollo de Medellín 1998 – 2000: Medellín ciudad viva, ciudad Botero. Alcaldía de Medellín

Plan de Desarrollo de Medellín 2001 – 2003: Medellín competitiva. Alcaldía de Medellín -

Plan de Desarrollo de Medellín 2004 – 2007: Medellín, compromiso de toda la ciudadanía. Alcaldía de Medellín.

Plan de Desarrollo de Medellín 2008 – 2011: Medellín, solidaria y competitiva". Alcaldía de Medellín.

Plan de Desarrollo de Medellín 2012 – 2015: Medellín, un hogar para la vida.

Plan de Ordenamiento Territorial Medellín (1999). Fichas resumen de normativa urbana y rural. Medellín. Secretaría de Planeación. Gaceta Oficial. - Medellín. No. 1436A (Dic. 28 2000)

Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana 2015: "La visión y los proyectos", Medellín.

Segovia y Dascal (2000). Espacio público, participación y ciudadanía: En Revista Sur. Santiago, Chile

Seminario Comunicación y Ciudad (1995). Unesco – UPB. Memorias. En: Revista UPB, Medellín.

**Entrevistas**

Ausecha, James. Agente de policía, mayo de 2009.

Montoya, Abelardo, 57 años, ventero estacionario, Centro de Medellín. Agosto de 2007.

Piedrahita , Lucelly, comerciante, confeccionista. Medellín, marzo de 2009.