

T  
239

AVIA XCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACION

84394

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA  
UNIDAD XOCHIMILCO**

**DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES**



 **XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACION**

**ESPACIOS, ACTORES, PRACTICAS  
E IMAGINARIOS URBANOS EN MERIDA,  
YUCATAN, MEXICO**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR EN  
CIENCIAS SOCIALES. ESPECIALIDAD  
EN SOCIEDAD Y TERRITORIO  
QUE PRESENTA  
JOSE HUMBERTO FUENTES GOMEZ**

**DIRECTORA DE TESIS: DRA. BLANCA REBECA RAMIREZ VELAZQUEZ**

**MEXICO, D.F.**

**OCTUBRE DE 2001**

*Para Magnolia, Andrés y Aldo,  
por ayudarme a construir un lugar en mi  
vida tejido de realidades e imaginarios  
llenos de sentido y significado.*

# Agradecimientos

Toda investigación refleja un conjunto de preocupaciones, obsesiones y deseos de quien la realiza. Ésta no es la excepción, manifiesta mi interés de antropólogo por estudiar y comprender la ciudad más allá de las perspectivas unidisciplinarias que la conciben como resultado de factores y agentes sólo de tipo económico o político. Propone que, además de éstos, debe verse como construcción histórica, social y cultural y, por ende, de actores urbanos que se relacionan con ella a través de prácticas urbanas y de representaciones imaginarias.

Aunque el trabajo expresa mis preocupaciones personales y académicas, es también resultado de un proceso social que requirió de recursos, apoyos de instituciones y personas, cuya participación en el momento adecuado determinó su curso. Es justamente en este sentido que resulta pertinente reconocer la valiosa contribución que tuvieron las siguientes personas e instituciones.

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología que me proporcionó una beca con duración de tres años que me permitió realizar los estudios de Doctorado.

El Programa de Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Área de Sociedad y Territorio, fue el ámbito académico idóneo para realizar esta investigación.

La tesis fue enriquecida con los valiosos comentarios y sugerencias de los doctores Emilio Pradilla Cobos, Daniel Hiernaux Nicolas, Blanca Ramírez Velázquez y Diana Villareal.

De manera especial, agradezco a Blanca Ramírez, quien tuvo a bien dirigir esta investigación. En forma desinteresada puso su tiempo, experiencia y rigor académico en la revisión de las múltiples versiones de la tesis, transmitiéndome no sólo conocimientos sino también su sensibilidad y amistad que me motivaron para concluir el trabajo.

A mis compañeros del seminario de Sociedad y Territorio, en particular a mi amigo Víctor Imas Ruiz, quien me proporcionó el primer



trabajo sobre los imaginarios y fue interlocutor de serias y profundas discusiones. Agradezco también todas las observaciones que realizaron los lectores del sínodo que me ayudaron a precisar, clarificar y enriquecer la versión definitiva de la tesis.

En mi Mérida –real e imaginaria- instituciones, colegas y amigos colaboraron para hacer posible este trabajo. La Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán me apoyó para estudiar el doctorado y cobijó institucionalmente y financieramente la investigación. Mi reconocimiento al doctor Francisco Fernández Repetto, director de dicha facultad y al doctor Raúl Godoy Montañéz, rector de la UADY, por permitirme dedicar mi tiempo para redactar y concluir la tesis.

Participaron en la aplicación y transcripción de las encuestas los antropólogos Juan Castillo Cocóm, Rafael Cuesta Ávila y Rafael Nevado Barbudo, los dos últimos gracias al Programa de la Agencia Española de Cooperación Internacional.

Reconozco las facilidades otorgadas por el Sr. Guillermo García, administrador de Plaza Dorada, para realizar las encuestas en dicha plaza. Sin su autorización no hubiera sido posible la elaboración del capítulo sobre el centro comercial en la forma que se presenta.

Agradezco a mi colega Waldemaro Concha Vargas por la elaboración de los planos originales que se incluyen en el trabajo. Los cuadros que sirvieron para el análisis de la información de las encuestas fueron realizados por Raúl Rejón Solís.

Mi más sincero agradecimiento a mi querida colega, amiga y compañera Magnolia Rosado Lugo por leer y revisar las versiones preliminares, por enseñarme el programa de cómputo SPSS y por acompañarme en los momentos de ansiedad e impaciencia. Extiendo el reconocimiento a mis hijos Andrés y Aldo por su valioso estímulo.

Finalmente, asumo la responsabilidad de los defectos, omisiones y demás errores que pueda tener este trabajo y agradezco a todos aquellos que pusieron su tiempo, conocimientos y habilidades para reducirlos.

# Introducción

## **Enfoques y perspectivas para el estudio de la ciudad.**

Las Ciencias Sociales durante las últimas tres décadas del siglo XX dedicaron especial atención al estudio de la ciudad capitalista, generando gran cantidad de conocimientos teóricos sobre ella. A pesar de este notable esfuerzo, durante mucho tiempo las teorías y explicaciones se centraban en sus aspectos físico-materiales o económicos y las cuestiones relativas a las variables culturales y simbólicas no recibían la misma importancia. ¿A qué se debió que se privilegiaran determinados problemas mientras otros permanecían inexplorados? En mi opinión esto puede explicarse por cierto reduccionismo en el abordaje de la ciudad, determinado por el predominio de la economía, sociología, geografía económica, planificación, ciencia política, etc. y la llegada relativamente tardía de la antropología, comunicación y algunas vertientes de la geografía y sociología, al estudio de los fenómenos y procesos urbanos.

En esta lógica, se consideraba que los problemas relevantes y pertinentes deberían ser los relativos a cuestiones concretas, observables y mensurables. No debe extrañar que la perspectiva economicista tuviera una enorme influencia y tiene sus fundamentos en hechos objetivos. La ciudad actual centraliza el conjunto de soportes materiales y las condiciones generales y particulares de la producción, circulación y consumo; incluyendo una gran masa de fuerza de trabajo y de los medios para su producción y reproducción social ampliada.

Diversas corrientes teóricas: la neoclásica de localización espacial, la de sociología urbana francesa eurocomunista, la teoría marxista latinoamericana, etc. han dedicado una gran cantidad de trabajos al análisis del espacio urbano. Podemos plantear de manera general que, de una u otra forma, la mayoría de las aportaciones de estas corrientes ubican a la ciudad como unidad económica, necesaria y determinada por el capital<sup>1</sup>.

Sin duda la ciudad es una unidad productiva y la economía es la matriz fundamental en la organización y configuración de las formas espaciales, localización de los soportes dentro de la estructura urbana, la especialización espacial de ésta, la centralidad de las finanzas, de empresas monopólicas. La economía influye en la ubicación de los centros del poder estatal, de los soportes de los aparatos ideológicos, de las zonas residenciales de los sectores burgueses separadas de las de los trabajadores proletarizados, etc.

Pero sostengo que los procesos sociales que ocurren en la ciudad no se pueden explicar sólo a partir de la esfera económica, tal pretensión conduce a la parcelación de una realidad muy compleja. Las ciudades son también escenarios del despliegue de un vasto sistema de relaciones sociales, políticas, culturales y simbólicas que influyen en la construcción, utilización y modificación del espacio urbano. Los pobladores, según su posicionamiento socioeconómico y cultural y su ubicación en el espacio urbano, lo utilizan a través de sus prácticas cotidianas. A través de éstas lo modifican, construyen, apropian y le otorgan sentidos y significados.

No podemos esperar que los problemas relacionados con la apropiación y creación de significados culturales en las ciudades sean abordados por disciplinas que emplean enfoques tradicionales economicistas o sociologicistas. Pero tampoco debemos aceptar que la agenda de investigación urbana los siga soslayando. Con

---

<sup>1</sup> No es mi propósito el estudio de las diversas corrientes que han abordado el problema de la organización del espacio urbano. Para una revisión de los enfoques y teorías más importantes se puede consultar Miguel Pérez Vite (1995), *Algunas visiones sobre espacialidad*, en **Papeles de Población**, Nos. 5 y 6. CIEP-UAEM, Toluca, pp, 2-19.

este punto de partida es posible entender que si bien se puede, desde la psicología, la antropología o la comunicación, por ejemplo, realizar estudios específicos de los grupos sociales, no se llegará nunca a comprender cabalmente su funcionamiento sin la referencia espacial, no como continente o reflejo, sino como parte integral de la misma sociedad.

En este contexto se inscribe la presente investigación en la que me propuse el estudio del espacio urbano, los usos y prácticas de los pobladores en dos lugares de naturaleza pública y las imágenes e imaginarios que construyen socialmente. Opino que los problemas que se discutirán constituyen un campo fronterizo, es decir, no pueden explicarse a partir de una perspectiva unidisciplinaria, como las de algunas vertientes del urbanismo que no consideran a los actores ni sus prácticas urbanas; ni las de cierta antropología urbana, interesada en el estudio de los procesos culturales y sociales de la ciudad, pero escasamente familiarizada con las teorías y categorías, relacionadas con los lugares y espacios urbanos.

Los procesos de índole cultural que suceden en la ciudad pocas veces eran considerados en las Ciencias Sociales. *“En particular, lo simbólico cuando aparecía lo hacía como una etiqueta miscelánea con limitada utilidad conceptual. Resultaba siempre un residuo necesario para comprender la parte de atracción de los centros urbanos que escapaba a la explicación tradicionalmente apreciada por el “economicismo” dominante”* (Monnet, J. 1995: 25). Por ello, nuestros conocimientos sobre las prácticas urbanas concretas de los pobladores, las formas como llegan a conocer la ciudad; sus ideas, percepciones y representaciones; sus imágenes e imaginarios urbanos era muy limitada.

Mientras persista este tipo de pensamiento seguiremos arrastrando nuestra ignorancia sobre éstas y otras cuestiones, que deben ser consideradas problemas sociales pertinentes. Propongo que la investigación social sobre las funciones sociales y culturales de ciertos espacios públicos, que funcionan como sedes de prácticas urbanas concretas, pueden ayudar a entender el funcionamiento de la sociedad y de la propia ciudad, más allá de su configuración espacial.

En esta tesis el estudio de los problemas relacionados con las prácticas urbanas, imágenes e imaginarios intenta la reconstitución de esa totalidad parcelada con la ayuda de todas las perspectivas disponibles. Coincido con Barque 1981 en que: *“Puesto que se trata en definitiva de descubrir un sentido, los diversos enfoques (las diversas disciplinas), perderán su identidad a medida que se acerquen al objetivo, para confundirse en él. Por el contrario, estarán mejor definidas mientras más alejadas del objetivo estén”*(Citado por Monnet, Op. Cit: 26).

Propongo evaluar la pertinencia de una forma de estudio más rica y compleja, donde determinadas teorías y metodologías de trabajo, relacionadas con nuestras temáticas particulares, puedan ser de utilidad para la investigación. El plantear una forma menos rígida de construcción teórica de los problemas no es una novedad ni una propuesta inédita. De hecho, aunque en contextos diferentes y respecto a problemas particulares, es un señalamiento reiterado por Amos Rapoport (1982); Armando Silva (1992); Jérôme Monnet (1995), Robert Rotemberg (1993) y Gary McDonough (1993), entre otros. Rapoport, propone la necesaria convergencia entre antropología y arquitectura. Lamenta que los antropólogos hayan ignorado prácticamente dónde se llevan a cabo las relaciones sociales, cuyo estudio han privilegiado. Plantea que antropología y arquitectura pueden coincidir en enfoques, métodos y vocabulario al compartir el entorno construido como objeto de estudio (1982 y 1990). Igualmente, Rotemberg y McDonough, interesados en el estudio del significado social del espacio urbano, consideran importante que los antropólogos consulten y retomen trabajos de psicólogos sociales, planificadores y arquitectos. La utilización de trabajos de otras disciplinas ha forjado nuevos enfoques para las descripciones etnográficas de las metrópolis (1993: Introducción).

En las últimas décadas aparecen enfoques alternativos al predominante en los estudios de geografía urbana centrada en el papel económico de las ciudades. Son desarrollados por los geógrafos de la tradición francesa de la fenomenología y



del existencialismo, como Matore, 1966; Bachelard, 1966; Buttimer, 1992; Moles y Rohmer, 1992; Samuels, 1978; Knox, 1982; Ley, 1983; quienes consideran al espacio desde el punto de vista de su significado social para los actores (Autores citados por Riaño, I. 1994: 64-65). Este nuevo acercamiento sostiene que el significado que tiene un lugar para los miembros de un grupo social caracteriza no sólo sus relaciones hacia ese lugar, sino también su forma de vida por completo (Riaño, I. Op. Cit: 64-65). En esta perspectiva concuerdo con Antoine Bailly en que *"el medio urbano es susceptible de modificar el género de vida y los valores sociales"* (1979: 20).

Es hasta los noventa cuando se inician trabajos sobre la constitución de lo imaginario y su relación con lo real, proponiendo métodos, estrategias originales y transdisciplinarias para el abordaje de la imagen, la memoria, la historia y los mitos del imaginario urbano colectivo. Las investigaciones de Halbwachs, M. 1990; Silva, A. 1992; Monnet, J. 1995; Safa, P. 1998; Torres Ribeiro, 1996; Mandoki, K, 1998; y Nieto R. 1998; entre otros, revelaron la importancia de estas temáticas y la diversidad de fenómenos sociales que podían ser estudiados en las ciudades.

Frente a los procesos de fragmentación y segmentación de las ciudades y a la cada vez más frecuente pérdida de significación de los lugares de uso colectivo tradicionales como los parques públicos y alamedas, los cambios del perfil arquitectónico, la creciente privatización de los espacios; los actores urbanos, adoptan prácticas espaciales cotidianas.

Las actividades rutinarias constituyen la vida cotidiana de la ciudad; son practicadas por personas quienes asocian un significado diferente a sus intercambios habituales con la gente en lugares familiares y conocidos. Wiseman (1970) citado por Riaño, propone que las conductas y normas de los actores urbanos se erigen y refuerzan en torno al uso de sitios geográficos en el ciclo semanal (Op. Cit: 63). El papel social se consolida mediante la interacción entre el lugar y sus usuarios. Propongo que esta interacción interviene en la construcción social y colectiva de las imágenes e imaginarios urbanos.

El cambio en la aproximación al espacio urbano ha implicado técnicas de investigación que no están incluidas en la tradicional geografía urbana, la planificación o el urbanismo, basados en mapas de gran escala, consensos y estadísticas. Coincido con Riaño en que la comprensión del papel social y cultural del espacio sólo puede obtenerse mediante la observación de campo, donde el observador participa en la vida diaria de la ciudad, o a través de la interrogación directa a los actores involucrados a través de diversos instrumentos. Si se pretende analizar exitosamente el papel social del espacio urbano, deben tomarse en cuenta deliberadamente intereses subjetivos y valores de los usuarios (Ibíd: 65).

En este contexto considero indispensable indagar el papel que juegan ciertos espacios o lugares (parque, barrio, centro comercial) en la propia biografía del actor, en sus relaciones con el entorno, con otros actores. Y tratar de comprender en qué medida dichas transacciones están influidas por el espacio que los une o segmenta y cómo intervienen en las representaciones e imaginarios colectivos.

Convengo con Armando Silva -pionero en el estudio de las temáticas que me interesan- que: *“Sólo a través de continuos ejercicios de investigación que permitan el registro de la participación ciudadana en la construcción simbólica, podremos averiguar cómo usan los actores su ciudad y también cómo se imaginan que ésta se segmenta para mostrarse a sus moradores y extraños (1992: 19).*

### **Objetivos de la investigación.**

El objetivo general de esta investigación fue estudiar y analizar las prácticas urbanas de los actores que llevan a cabo en dos lugares públicos que tienen un papel relevante en la estructura urbana de Mérida, Yucatán: la Plaza Grande o Principal y el Centro Comercial Plaza Dorada. Traté de comprender y explicar, en forma comparativa, las funciones y características de cada lugar, sus similitudes y diferencias, grupos sociales que los usan, sus perfiles, los motivos que tienen para

usarlos o rechazarlos, sus comportamientos y actitudes. Y conocer y examinar las representaciones e imágenes urbanas de los actores que utilizan el centro comercial y la plaza pública tradicional.

Me propuse descubrir las relaciones entre las características, funciones, actividades y usuarios y sus representaciones imaginarias sobre dichos espacios. Me interesa conocer –además de las experiencias empíricas-, los diversos factores y agentes que intervienen en la construcción social de las imágenes e imaginarios. Comparar las prácticas urbanas y representaciones de quienes utilizan una u otra sede respecto a la otra, lo tradicional con lo moderno, el “adentro”, con el “afuera”. Al mismo tiempo, me propuse examinar cierto tipo de imágenes urbanas: los símbolos representativos de la ciudad de Mérida.

Es una investigación de carácter local debido a que los contextos donde ubico a los actores, sus prácticas y representaciones son locales: dos espacios públicos, pero al mismo tiempo propongo que éstos deben verse como parte de una unidad espacial más amplia: la ciudad. El periodo estudiado fue la segunda mitad de la década de los noventa del siglo XX.

En suma, intento estudiar la lógica detrás de los imaginarios para conocer si éstos motivan prácticas urbanas particulares, entendidas como formas de relacionamiento de los actores con ciertos lugares. Y al mismo tiempo, indagar en qué medida la organización, funcionamiento y transformaciones del espacio urbano influyen en el uso de la ciudad y las imágenes sobre ella.

### **Hipótesis de trabajo utilizadas en la investigación.**

Formulé un conjunto de hipótesis –generales y particulares-, que sirvieron como herramientas o instrumentos metodológicos. Como parte del proceso continuo de ida y retorno de la teoría a la información empírica, las hipótesis de trabajo originales fueron reformuladas, pero cumplieron el propósito de acotar y dirigir las actividades inherentes a la búsqueda de las relaciones recíprocas entre las

variables del problema planteado. Las hipótesis generales que guiaron la investigación fueron las siguientes:

a) A partir de la década del setenta la estructura urbana de Mérida fue impactada por un conjunto de factores económicos, políticos, sociales y demográficos, que ocasionaron profundos cambios en su estructura y llevaron a la adopción de un modelo caracterizado por una mayor diferenciación y especialización. Uno de los factores primordiales de las transformaciones de la estructura urbana fue la construcción de centros comerciales, propuestos como alternativas complementarias -subcentros urbanos- al modelo tradicional de organización del espacio urbano.

b) Como resultado de la creciente diferenciación y especialización del espacio urbano, se presentan transformaciones en el uso de los espacios públicos. Los parques, plazas centrales y establecimientos del Centro Histórico, presentan una reducción en cuanto a la heterogeneidad social de sus usuarios. Esta menor heterogeneidad es resultado de la pérdida de algunas de las funciones del espacio público tradicional, que entran en competencia con las que ofrecen los nuevos espacios públicos de tipo privado como los centros comerciales.

c) Las variables económicas, sociales y culturales de los actores influyen en la selección y uso de los lugares públicos. Los parques y plazas del Centro Histórico son poco frecuentados por la población de mayores recursos económicos y más por las clases medias y bajas. En contraparte, los centros comerciales son los nuevos “espacios públicos” de los meridianos de clase media y alta y registran poca participación de los sectores populares.

d) Este tipo particular de relación entre actores y los lugares produce formas de apropiación y representación sociocultural de la ciudad que permiten la construcción de imaginarios diferenciados y segmentados. De esta forma, las representaciones e imágenes expresan las transformaciones espaciales y de las formas como lo utilizan sus pobladores.

## **Metodología y técnicas empleadas.**

Coincido con Rossana Reguillo en que una de las principales dificultades del investigador, al exponer la forma utilizada para construir su objeto de estudio, es dar un efecto de continuidad a un conjunto de actividades, tareas, procedimientos, realizados en movimientos de zigzag, donde avanza, regresa, afina y avanza de nuevo (1996: 95).

La metodología utilizada, así como la aplicación de técnicas y estrategias que consideré adecuadas para el problema de estudio, implicaron opciones y renunciaciones. Admito que sus posibilidades, la profundidad del acercamiento a la realidad que busco explicar, están en función de las formas seleccionadas para el abordaje del problema, de sus ventajas y limitaciones, de sus aciertos y errores.

La interrelación de las variables estudiadas implicó un reto, tanto en el aspecto teórico como en el metodológico por varias razones. La investigación urbana tradicionalmente ha abordado o construido sus problemas de investigación a partir de enfoques y metodologías de disciplinas que operan en forma aislada, con poca comunicación interdisciplinaria. Esto ha conducido a la fragmentación de la compleja realidad de los problemas y procesos como el que abordamos.

La naturaleza compleja de los problemas de esta investigación involucra elementos de índole espacial: la ciudad, los espacios públicos (entendidos como lugares); pero otorga un papel importante a los actores sociales que los utilizan. Y la relación entre actores y estructuras se realiza a través de las prácticas urbanas que generan representaciones culturales. Al considerar el papel de los actores sociales emergen cuestiones como: sus concepciones sobre la ciudad, sus lugares particulares; la creación y modificación de significados sociales asignados a los espacios y lugares.

Así, uno de los retos principales que se me presentó fue la construcción del objeto de estudio considerándolo como parte de un proceso interrelacionado. Para ello me propuse conocer el funcionamiento y lógica que organiza el espacio urbano a partir de la lectura de diversos autores -tanto clásicos como recientes-, revisados



en los seminarios del Área de Sociedad y Territorio del Programa de Doctorado de la UAM-Xochimilco. Paralelamente consulté trabajos de historiadores, antropólogos y geógrafos, sobre las diversas prácticas urbanas que realizan los actores sociales en determinados lugares. Es decir, cómo los usan, apropian o rechazan.

Quizá la tarea que requirió del mayor esfuerzo y grandes dosis de paciencia fue la localización y acceso a la literatura relacionada con los imaginarios urbanos. Al inicio de la investigación -primera mitad de la década del noventa- existían pocos investigadores interesados<sup>2</sup> en estas cuestiones, afortunadamente de 1996 en adelante se genera en Colombia, Brasil y México, un interés creciente sobre dicha temática. Esto me permitió disponer de las herramientas teóricas y conceptuales necesarias para abordar la relación entre actores, lugares, prácticas e imágenes.

El procedimiento metodológico utilizado en la investigación me obligó a realizar incesantes “viajes por el espacio urbano”, recorridos de ida y retorno, entradas y salidas múltiples, buscando siempre las relaciones entre las variables. Esto implicó una manera particular de observarlo e interpretarlo -de atravesarlo- en forma simultánea en diferentes escalas y planos: una global o macro, -la estructura urbana-, al nivel intermedio -las zonas o distritos-, y a través de unidades discretas y acotadas, los lugares o sedes de las prácticas urbanas y las interacciones cotidianas: la plaza pública tradicional y el centro comercial.

Como se observará abordo el espacio urbano desde diferentes niveles de observación y análisis, así en algunos momentos hablo de estructura urbana, en otros de distritos y en otros de sedes. Pero no utilizo estos conceptos como sinónimos, sino como diferentes unidades de observación y registro que forman parte de lo que denomino ciudad.

Utilicé las aportaciones teóricas y conceptuales, así como los resultados de investigaciones de diversas disciplinas como la geografía, historia, antropología,

---

<sup>2</sup> Entre ellos destaca el trabajo pionero de Armando Silva (1992) que empieza a ser citado hasta 1996 en las investigaciones realizadas por colegas mexicanos.

comunicación, arquitectura, entre otras. Para el estudio y comprensión de la estructura urbana, además de la revisión de trabajos teóricos, consulté los informes oficiales, planes y proyectos del Ayuntamiento de Mérida, INEGI y la Dirección de Desarrollo Urbano y Obras Públicas.

Recurrí a diversos tipos de instrumentos para obtener la información que me permitiera alcanzar los objetivos e hipótesis. Me interesaba conocer a los actores, no como individuos sino como grupos sociales, que utilizan dos tipos diferentes de lugares a través de sus prácticas y rutinas. Cómo éstas, junto con la información que reciben los actores sobre estos lugares y lo que encuentran en ellos: otros actores, actividades, eventos, entorno construido, etc; influyen y modelan sus representaciones sociales de los espacios públicos.

Opté por el empleo del formulario-encuesta como instrumento principal para recabar información. Estoy consciente de que otro tipo de instrumentos y estrategias de observación y registro pueden permitir acercamientos más profundos al estudio de ciertos problemas relacionados con la cultura urbana. Sin embargo, puesto que el propósito era conocer comportamientos colectivos de grupos sociales amplios y hacer interpretaciones que pudieran generalizarse, resultaba difícil realizar entrevistas a profundidad, historias de vida, o registros etnográficos de mayor densidad, debido a los tiempos y recursos disponibles.

Me propuse indagar lo que los propios actores piensan y expresan a través de sus discursos, sobre un conjunto de preguntas relacionadas con sus prácticas e imaginarios en un determinado lugar. Las características de las prácticas urbanas en los espacios públicos<sup>3</sup> se llevan a cabo en una dimensión acotada de tiempo y espacio, donde los actores pueden estar acompañados de sus amigos, parejas o familiares, lo que no favorece entrevistas de larga duración. Los lugares estudiados funcionan también como sitios de encuentro, donde se puede esperar a

---

<sup>3</sup> Otras de las particularidades de las prácticas urbanas de los espacios públicos son la fugacidad y el movimiento que las hace difíciles de estudiar. Ver Delgado Manuel (1999), El animal público. Hacia una antropología de los espacios públicos.

alguien, tratar asuntos de diversa índole e incluso buscar trabajo; por todo ello debíamos ser cuidadosos y respetuosos para no alterar demasiado las rutinas<sup>4</sup>.

Considero importante destacar que el trabajo de campo en el interior de los centros comerciales no es tarea sencilla debido a que son espacios de propiedad privada, cerrados y con vigilancia. Sus propietarios y administradores generalmente ponen restricciones para llevar a cabo encuestas, entrevistas, tomar fotos o filmar con videocámaras. Incluso cuando otorgan permiso para trabajar dentro del establecimiento, los investigadores no escapamos a la vigilancia y monitoreo del personal de seguridad<sup>5</sup>.

A lo largo de dos temporadas de trabajo en la plaza pública y el centro comercial aplicamos 112 formulario-encuestas en la primera y 134 en el segundo. Reunir en un instrumento como el propuesto las respuestas sobre prácticas e imaginarios urbanos no es empresa fácil, pues se trata de presentar a través de mediciones estadísticas que podrían conducir a simplificar la naturaleza compleja de los fenómenos socioculturales. Sin embargo, Silva ya ha demostrado en su investigación sobre Imaginarios Urbanos en Bogotá y São Paulo, la operatividad del formulario-encuesta como instrumento de recolección de información. Y que a través de una cuidadosa elaboración, permite obtener un cuadro de respuestas de los discursos de una colectividad urbana.

Frente a la evidente ausencia de técnicas de trabajo relacionadas con los problemas de los imaginarios, Silva propone la necesidad de experimentar con métodos especiales para estos campos novedosos. Al observar las formas de trabajo de la publicidad y las disciplinas que se ocupan del mercado de bienes materiales, encuentra que éstas utilizan las estadísticas para estudiar los gustos y

---

<sup>4</sup> En varios casos encontramos individuos que aceptaban colaborar con la investigación, pero a mitad de la entrevista se sentían incómodos porque ya tenían que marcharse a sus actividades o había llegado la persona que esperaban y tuvimos que desechar esos casos por información incompleta.

<sup>5</sup> Todo lo anterior impide usar instrumentos de registro como las entrevistas de larga duración, o cuestionarios con gran cantidad de preguntas.

preferencias de los clientes y sus respuestas en pruebas de consumo de lo anunciado muestran el éxito en la formulación de las estrategias de mercadeo. En este contexto en su investigación utiliza algunas de esas técnicas, para conocer *“los gustos sociales, las proyecciones fantasiosas de un grupo humano, o los deseos individuales, frente a fenómenos de conocimiento colectivo, más ya no como mercado económico, sino simbólico”* (141-142).

Sostengo -apoyado en los resultados obtenidos por Silva y otros investigadores<sup>6</sup>-, que tanto las prácticas como los imaginarios urbanos puedan ser registrados a partir de instrumentos como el que utilicé. Las características y atributos de los imaginarios como construcciones simbólicas, fenómenos subjetivos y de naturaleza cualitativa, no impiden que puedan registrarse diversas facetas de ellos a través del formulario-encuesta. ¿Pero en que consiste esta herramienta? Es un instrumento de naturaleza híbrida que combina las ventajas de un cuestionario y una entrevista, no es una simple encuesta -con preguntas de respuestas cerradas si o no-, sino un guión por el cual se explican ciertos aspectos y permite al entrevistado responder en libertad algunas preguntas que se dejan deliberadamente abiertas. De esta forma, el sujeto como explica Silva es *“tanto un ‘consultado’, pero también un informante que puede proponer o destacar lo que considera relevante”* (Ibíd: 144).

La estrategia metodológica que seleccioné parte de una postura que considera que la investigación y la comprensión de los problemas sociales, pueden fortalecerse y ampliarse con el uso de instrumentos que combinan las ventajas de lo cualitativo y lo cuantitativo. Coincido con Reese, Kroesen y Gallimore en que a pesar de que los enfoques cualitativos y cuantitativos son

---

<sup>6</sup>Investigadores colombianos: Barbosa y Pérez Niño (1998), Asociación de Trabajo Interdisciplinario (1998), Corporación Centro de Estudios Investigación y Comunicación Social (1998), Rodríguez Leuro (1998) y Niño, Torres et. al. (1998), entre otros; han recurrido al uso de encuestas y formularios-encuestas como parte de sus instrumentos metodológicos para recabar información. El Observatorio de Cultura Urbana de Santafé de Bogotá ha publicado varios libros y cuadernos de los mencionados autores. Los títulos completos aparecen en la sección de bibliografía al final de esta tesis.

considerados como excluyentes, en realidad pueden tener traslapes. *“Los datos cualitativos (por ejemplo respuestas a preguntas abiertas) pueden analizarse cualitativamente buscando los temas comunes o la construcción de modelos de pensamiento acerca de un tema particular, o pueden analizarse cuantitativamente, convirtiendo textos (entrevistas, notas de observación, etc.) a códigos numéricos”* (1998: 42).

Más que partir del supuesto de que el problema determina el método y técnicas que debemos utilizar<sup>7</sup>, considero que la selección de los instrumentos obedece a la manera como formulamos las preguntas, tratando de que exista congruencia entre aquello que interesa encontrar y los métodos usados. El formulario-encuesta utilizado no es un instrumento cuantitativo ni busca sólo datos de esta naturaleza, solicita información de este tipo (por ejemplo cuántas veces el actor visita el lugar), pero también cualitativa (cómo ve o qué piensa de los otros actores). El problema entonces no es ubicar al instrumento como cuantitativo o cualitativo, lo importante es cómo codificar los datos cualitativos de una gran cantidad de sujetos estudiados. Considero que es posible codificar los discursos que expresan representaciones socioculturales, con el objeto concreto de presentar tendencias colectivas y utilizar tales discursos, para explicar e interpretar los problemas que nos interesan.

Miles y Huberman (1994), citados por Reese et. al. plantean que el análisis de los datos cualitativos involucra tres procesos: la reducción de los datos, su exposición y la extracción-verificación de conclusiones. La codificación temática puede ser valiosa a lo largo de toda la investigación debido a que los códigos que uno proyecta reflejan las mismas preocupaciones centrales de la investigación por las cuales el proyecto fue diseñado (Op. Cit: 54).

---

<sup>7</sup> Sirva de ejemplo el estudio de los imaginarios urbanos que puede ser abordado desde diversas perspectivas metodológicas que incluyen el uso de instrumentos de tipo cuantitativo como cualitativo: cuestionarios cerrados, encuestas-formularios, entrevistas, historias de vida, grupos de foco, mapas mentales, fotointerpretación, etc.



En este contexto, coincido con Reese et. al. en que es posible y plausible utilizar tanto datos cuantitativos como cualitativos cuando veamos que unos u otros pueden justificarse o utilizarse; en otras palabras “*se trata de poner el método al servicio de nuestras preguntas, en vez de que sea al contrario*” (Op. Cit: 50). Y entretejer datos cualitativos y cuantitativos, de tal manera que se hagan complementarios más que opositores (Ibíd).<sup>8</sup>

Los dos tipos de formulario-encuesta que apliqué en la Plaza Grande y Plaza Dorada, consideraron distintos tipos de preguntas dada la naturaleza particular de cada uno de ellos y de los problemas concretos: formas de utilizar los espacios públicos y las representaciones socioculturales de los actores que interesaba conocer, explicar y en algunos casos medir<sup>9</sup>.

Organicé el formulario en varias secciones: una de “datos de ubicación” donde solicitamos los nombres, edades, sexo, ocupación, zona de vivienda por colonias o barrios de la ciudad, etc. Estos datos me permitieron “posicionar” a los actores y contar con un perfil general de quiénes son los que acuden a los dos lugares estudiados. También funcionaron como variables fijas, que correlacioné con las respuestas emitidas en el conjunto de preguntas sobre sus prácticas cotidianas en los lugares y sus respuestas sobre sus imaginarios.

Los formularios-encuesta incluyeron un conjunto de preguntas relativamente similares -aunque no idénticas-, para el caso de la plaza pública y el centro comercial. Solicitaban información sobre: conocimientos, nombre(s) del lugar, percepción de los cambios ocurridos en las formas de usar el lugar, usos y funciones, antigüedad del sitio, hechos importantes (no sólo de gran

---

<sup>8</sup> Por razones de espacio no me extenderé en la discusión de los métodos cuantitativos y cualitativos, espero que con lo ya señalado se aclare la postura que asumo en mi trabajo respecto a la selección de mis instrumentos, sus posibilidades y limitaciones. Los interesados en abundar en estas cuestiones pueden consultar el libro de Mejía Arauz y Sandoval (coordinadores) (1998) **Tras las vetas de la investigación cualitativa, perspectivas y acercamientos desde la práctica**, particularmente los capítulos de Reese, Kroesen y Gallimore, de Luis González y el de Rossana Reguillo.

<sup>9</sup> Para información sobre las preguntas de los formularios utilizados ver la sección de Apéndice al final de la tesis.

trascendencia histórica, sino también los que proponía el entrevistado), nombres de los edificios que la circundan ( en el caso de la Plaza Grande).

También preguntamos los motivos de la visita, antigüedad de usar el lugar, días y horas en que se acudía, parte que usaba, forma o medio de transporte para llegar, duración de la visita, sitio al que iba después, tipo de personas que observaba, comentar las cosas que hacían el actor durante su visita y las de los otros actores, etc.

Una sección del instrumento incluyó preguntas sobre la importancia que asignaban los usuarios al lugar, la comparación de éste con otro sitio (plaza pública y centro comercial y viceversa), percepción sobre problemas o conflictos en el sitio de sus prácticas cotidianas, comparación entre la Plaza Principal y otros parques similares de la ciudad, evaluación del aspecto físico y condiciones: limpieza, mobiliario, iluminación y seguridad de los lugares. Asimismo se solicitó información sobre las imágenes de los entrevistados respecto al ambiente, lo agradable o desagradable y el nivel de satisfacción que proporcionaba el lugar. E incluyó preguntas sobre los símbolos representativos de la ciudad de Mérida.

La codificación de las preguntas en las que el informante evaluaba cuestiones como seguridad, higiene, satisfacción, etc. hizo necesario la construcción de índices, a través de una escala de 1 a 4, donde 1 implicaba la calificación más baja o negativa y 4 la máxima o positiva.

En la Plaza Grande el formulario-encuesta se aplicó a 112 personas de diferentes sexos y edades, poniendo especial atención en cubrir todos los días de la semana y la mayor parte de la jornada en que se utiliza. Dividí los días en periodos de cuatro horas y media, a partir de las seis de la mañana y terminando a la primera hora de la madrugada. Esto por supuesto no quiere decir que se trabajara 18 horas continuas, el trabajo de campo -distribuido en franjas horarias-, pretendió dar la misma importancia a cada una de ellas. Tratamos de aplicar una cantidad similar de formularios en cada uno de los lapsos, para registrar en forma representativa la

diversidad de usos y usuarios, aunque esto no siempre fue posible debido a cuestiones climáticas (temporada de lluvias).

El tipo y cantidad de preguntas del formulario-encuesta requería de ciertas condiciones para su aplicación en forma idónea: un mínimo de 40 minutos (aunque algunos entrevistados podían tardar hasta hora y media) y personas que tuvieran disponibilidad para responder en un ambiente de tranquilidad. No fueron diseñados para los que tenían prisa como los transeúntes que usan el lugar como zona de tránsito y de manera fugaz. Entrevistamos a los que estaban sentados en actitud de descanso o de espera. Todas las encuestas fueron grabadas en audiocasetes para su posterior transcripción.

Por otra parte, en el centro comercial Plaza Dorada aplicamos 145 entrevistas, después de transcribirlas desecharmos las que presentaron demasiado ruido, información incompleta, prisa del entrevistado, etc.- para quedarnos con 134. Igual que en el caso anterior, para evitar la concentración de los entrevistados en determinados días u horas, dividimos la jornada en varios periodos de duración similar, cubriendo el horario de 9:00 a 22:00 horas.

Asimismo, intentamos entrevistar a la misma proporción de hombres y mujeres, sin embargo, fue mayor la de varones. Esto no indica que Plaza Dorada fuera más visitada por los primeros, se explica por diversas razones, los varones generalmente disponían de mayor de tiempo y eran más accesibles para responder la entrevista.

La aplicación de la encuesta-formulario en la Plaza Principal se llevó a cabo las dos últimas semanas de agosto y las dos primeras de septiembre de 1999, dedicando la misma proporción a cada uno de los días de la semana, incluyendo sábados y domingos. Las del centro comercial se realizaron durante las dos primeras semanas de octubre de 1999, periodo autorizado por la administración para realizar el trabajo de campo.

El procesamiento de la información de todos los formularios-encuesta, debido a la cantidad de personas que se estudiaron, se realizó con el programa de

cómputo SPSS, versión 8.0, que me permitió la elaboración de más de 150 cuadros y gráficas de pastel que facilitaron la interpretación de los datos.

Un breve comentario respecto a los motivos que influyeron en la selección de los dos lugares para aplicar las encuestas. La Plaza Principal es el principal espacio público colectivo, durante varios siglos ha tenido una importancia fundamental en la organización de la ciudad y condensa un conjunto de atributos culturales y simbólicos. Es el lugar desde donde buena parte de los meridianos perciben la ciudad y el tiempo en que se deposita la experiencia de las generaciones, pero también presenta transformaciones como parte de procesos sociales y espaciales que se presentan en el espacio urbano en su escala más amplia.

La selección el centro comercial consideró un conjunto de variables: antigüedad mínima de cinco años que se debería reflejar en el reconocimiento de los pobladores, sus dimensiones -de tamaño relativamente grande para el caso de Mérida-, su ubicación e influencia en la ciudad, la diversidad de comercios y servicios, la atracción de un público no tan polarizado socialmente<sup>10</sup> y que ofreciera una amplia y variada agenda de eventos y espectáculos.

De acuerdo con los objetivos de la investigación consideré que el lugar idóneo para realizar el trabajo de campo era Plaza Dorada y procedí a realizar la “negociación de acceso” desplegando todos los recursos sociales y simbólicos disponibles que fueron fructíferos<sup>11</sup>. El administrador nos permitió a mí y a dos colaboradores libre acceso a todas las instalaciones y amplias facilidades para entrevistar a los usuarios.

---

<sup>10</sup> Es decir, que no fuera frecuentada exclusivamente por los grupos sociales más altos como Gran Plaza o los de sectores medio bajos como Plaza Oriente.

<sup>11</sup> Entre éstos influyeron que era Jefe de la Unidad de Posgrado e Investigación de la FCA-UADY, coordinador estatal de la RNIU y fui acompañado por dos antropólogos europeos becados por la Agencia Española de Cooperación Internacional que colaboraron en la aplicación de las encuestas.

A través de los formularios-encuesta obtuve gran parte de la información empírica que sustenta mi trabajo. Sin embargo, debido a mi formación inicial de antropólogo social, decidí utilizar otras formas de acercamiento a los problemas que me interesaban. Una de las ventajas de realizar trabajo de campo en el ámbito urbano para el antropólogo es que no ingresa a una alteridad completa como cuando estudia una comunidad rural o indígena, donde su aspecto, lengua, formas de vestir, etc. lo delatan. En la ciudad hay mayor probabilidad de pasar desapercibido y mimetizarse con los sujetos de estudio, de lograr una buena empatía, de manejar y conocer sus códigos. En suma, de poder hacer observación participante.

Es este contexto coincido con Manuel Delgado cuando plantea que: el etnógrafo de los espacios públicos participa de las dos formas más radicales de observación participante. Es totalmente participante y, al tiempo, totalmente observador. En el primero, permanece oculto, se mezcla con sus objetos de conocimiento, los observa sin explicitarles su misión y sin pedirles permiso, se hace pasar por uno de ellos... se beneficia de la protección del anonimato. Pero a la vez que está del todo involucrado en el ambiente que estudia, se distancia absolutamente de él. Al participar de un medio, todo él compuesto de extraños, ser un extraño es precisamente la máxima garantía de su discreción y su éxito (1999:48-49)<sup>12</sup>.

Realicé trabajo etnográfico durante dos meses en cada uno de los lugares, realizando observación participante, tomando notas, platicando con la gente de manera informal, información que posteriormente registré en diarios de campo. Las entrevistas incluyeron personas que tenían relaciones más estrechas con los lugares por permanecer mayor tiempo, (por trabajar allá o tener asuntos que

---

<sup>12</sup> Las posibilidades para realizar etnografía en los espacios públicos aparecen explicadas con mayor detalle en el inciso 3 del primer capítulo del libro de Delgado "El animal público, hacia una antropología de los espacios urbanos".



tratar), antigüedad superior al promedio de los otros entrevistados, o disponer de información particular o especializada sobre la sede de las prácticas.

En la plaza pública durante el trabajo de campo de tipo antropológico conversé con aproximadamente 15 personas que incluían a hombres y mujeres que realizaban actividades, labores o rutinas específicas: policías, vendedores, trovadores, payasos, visitantes asiduos desde hace más de 30 años, prostitutas, homosexuales, cazagabachas e intelectuales, entre otros. En los centros comerciales entrevisté de manera formal a los directores generales de Plaza Dorada, Gran Plaza y Plaza Fiesta y platiqué con varios comerciantes de dicha plaza y algunos visitantes.

Para el estudio de las transformaciones de la estructura urbana de Mérida y de los dos lugares elegidos fue necesario la investigación hemerográfica y la revisión de trabajos históricos. La inclusión de la perspectiva histórica me sirve para enmarcar y explicar las condiciones espaciales y sociales de los procesos en los que los grupos sociales participan. La prensa local resultó de gran utilidad para proveer información sobre los dos lugares estudiados, el Diario de Yucatán incluye una sección diaria dedicada a la ciudad donde informa sobre las obras (mejoras urbanas, actividades culturales, etc.). También ofrece amplios reportajes bimensuales que informan de manera particular sobre la agenda comercial, cultural y lúdica de cada uno de los centros comerciales, que me permitieron contar con suficiente información sobre éstos. Otros periódicos consultados fueron los diarios Por Esto! y Novedades de Yucatán.

Con todas estas fuentes, técnicas, herramientas y combinación de métodos cualitativos y cuantitativos, busqué acercarme a los problemas que me planteé explicar. Admito que los problemas relacionados con las prácticas y representaciones de los meridianos en los espacios públicos no me son ajenos, con varias décadas de vivir en Mérida, de usar también esas sedes, una parte de mi interpretación seguramente está influida por mi experiencia y mi particular imaginario urbano. ¿Puede el investigador sustraerse de ello?

### **Plan de exposición de la investigación.**

La tesis está formada por cinco capítulos y una sección de conclusiones generales.

El capítulo I ubica y explica el desarrollo teórico y los conceptos centrales utilizados. Aquí presento la forma como entiendo la ciudad, los espacios públicos y lugares. Discuto el papel de los actores, las prácticas urbanas como acciones que permiten la relación entre los individuos, espacios y lugares. Analizo las prácticas como experiencias que intervienen, junto con otros factores y agentes en las formas de representación sociocultural denominadas imágenes y defino conceptualmente los imaginarios urbanos.

El capítulo II está dedicado al estudio de la estructura urbana de Mérida, no como objeto teórico, sino como base material, cuya particular configuración influye en la organización de la sociedad y en la forma como la usan los meridianos. Describe y analiza los cambios de la estructura espacial de 1900 a 1970 y de 1970 a 2000, destacando las principales transformaciones que llevaron al abandono del modelo centripeto y nuclear, para adoptar uno de tipo policéntrico, segmentado y segregacionista. Con el objeto de mostrar al lector poco familiarizado con la capital yucateca la segmentación del espacio urbano, en la segunda sección, explico las características principales de los ocho distritos urbanos y cómo se unen o separan a partir de la organización del sistema vial.

El capítulo III presenta los resultados del estudio de caso de la Plaza Principal de Mérida, muestra las formas concretas como los actores la utilizan, perciben y representan. Incluye un breve recuento histórico del lugar, destacando sus principales características y funciones culturales y simbólicas. Ofrece un registro etnográfico de los usos, actores e interacciones y discute los resultados de las formularios-encuestas, los perfiles de los actores, sus usos y rutinas y sus representaciones e imágenes sobre el lugar y quienes la usan a través de la selección de algunos discursos.

El capítulo IV está dedicado al Centro Comercial. Inicia con un breve apartado histórico ubicando su origen, describe las principales características, organización y funcionamiento de los centros comerciales meridianos, para aterrizar en el elegido como lugar-objeto de estudio: Plaza Dorada. Ofrece una etnografía sobre el mundo de las prácticas socioculturales que se realizan en dichos lugares. En los siguientes apartados discuto y analizo los resultados de las encuestas-formularios que permiten conocer el perfil y características de los actores, rutinas, preferencias y representaciones sobre el tipo de actividades, funciones y actores.

En el capítulo V incluyo la información relacionada con las imágenes e imaginarios de los actores de la Plaza Principal sobre el centro comercial, la de los actores de Plaza Dorada respecto a la plaza pública y la de ambos grupos sobre los símbolos meridianos. Analizo las representaciones de los entrevistados desde las sedes de sus prácticas urbanas sobre el “otro lugar” y como las prácticas influyen en la selección de lo que consideran símbolos urbanos de Mérida.

Posteriormente desde una perspectiva global y sintética, expongo las principales contribuciones del trabajo, relacionando las variables fundamentales que intervienen en las cuestiones que me propuse estudiar.

Por último, presento la relación de libros y fuentes utilizadas. No incluyo el conjunto de cuadros y gráficos que sustentan la información de los capítulos III y IV y V, su inserción hubiera aumentado la extensión del trabajo. En cambio incluyo un conjunto de mapas y fotografías sobre los espacios, lugares y actores estudiados. También consideré pertinente agregar un apéndice con copias de los formularios-encuestas y la relación de actores entrevistados.

# Capítulo I

## Espacios, lugares, actores, prácticas e imaginarios urbanos: enfoques y perspectivas para su estudio

### 1.1. Estructura urbana, espacio colectivo, espacio público y lugar.

Uno de los problemas más complejos y aún no resuelto en la investigación urbana es la conceptualización de la forma espacial que incluye actividades, instalaciones, actores sociales, prácticas, sistemas de representación culturales y simbólicos. El uso de los conceptos ciudad, espacio urbano, estructura urbana, estructura territorial, sistema de soportes materiales, territorio, etc., para referirse a esta organización espacial no es un simple problema de denominación, tiene amplias implicaciones que se reflejan en la forma de concebirla, abordarla, estudiarla y entenderla.

No es mi propósito ni dispongo de los elementos suficientes para introducirme al debate teórico sobre estas cuestiones. Pienso como Manuel Castells<sup>1</sup> que esta discusión académica, además de ser sumamente compleja, corre el riesgo de quedar separada de los problemas concretos que existen y afectan de manera cotidiana las prácticas urbanas de los actores. Sin embargo, en virtud de que los problemas relacionados con las prácticas e imaginarios urbanos no se realizan en el vacío, que los actores sociales establecen relaciones en y con los espacios y lugares, resulta necesario ubicar mi posición sobre cómo entenderé la variable espacial.

---

<sup>1</sup> Castells considera que esta discusión *“Parece después de todo, un debate más bien académico, demasiado alejado de las cuestiones dramáticas que suele plantear la realidad mundial de la crisis urbana”* y que poco ayuda a comprender los movimientos sociales, como parte de un proceso de cambio social (1986: 405-406).

El espacio urbano me interesa en tanto permite la emergencia de hechos sociales –prácticas y representaciones urbanas-, que necesitan encontrar una relación identificada y reconocible con unidades espaciales más acotadas que denominaré “lugares”. Propongo que el estudio de la creación, transformaciones y funcionamiento de los “lugares”, no puede entenderse al margen del espacio urbano mayor al que pertenecen: la ciudad, considerando su configuración particular y características.

En esta investigación entiendo por ciudad un tipo particular de organización espacial, producto social y cultural resultado de intereses y valores sociales en contradicción estructural. Debido a su naturaleza social no es un producto acabado, su organización retoma elementos de las estructuras urbanas que le preceden, se encuentra en un proceso de construcción permanente por acciones, proyectos, políticas y movimientos sociales de los actores que intervienen en su construcción, que producen transformaciones.

Planteo el estudio de la ciudad como producto-soporte, pero también como productora de acciones y representaciones. Es producto y productora en el sentido propuesto por Silva cuando explica que la construcción de un nuevo establecimiento, por ejemplo un centro comercial, transforma la ciudad en su forma física y arquitectónica, pero también modifica las prácticas urbanas de los pobladores que lo utilizan y las representaciones que se construyen sobre éste y la vida urbana (1992: 16). Al igual que este autor considero que no debemos pensar por separado su dimensión material (producto-soporte) y su dimensión productora en el plano cultural.

Las ciudades asumen formas y configuraciones específicas como resultado de la influencia de factores económicos, tecnológicos, espaciales, políticos, sociales, culturales, demográficos y simbólicos. Estas formas las entenderé como estructuras urbanas.

En esta investigación uso diversos conceptos: *estructura urbana, distritos, zonas, espacio público, espacio colectivo, lugares*, etc. Debo aclarar que no los utilizo como sinónimos, sino como diferentes escalas o niveles para el abordaje, descripción y análisis del espacio meridano. **Estructura urbana** me sirve para explicar una dimensión amplia del espacio, aunque está físicamente determinada y puede presentar límites fijos, su extensión es dilatada. Es una unidad definida por factores económicos, demográficos, políticos y por cuestiones administrativas. Es una estructura en la medida de que sus elementos y soportes mantienen cierta relación, aunque ello no implica necesariamente que ésta sea armónica.

Debido a sus dimensiones, distribución especializada de los soportes en la estructura urbana y la localización de los pobladores en ella, éstos no la usan cotidianamente en forma completa. Por ello, en ciertos momentos estudio y explico sus partes o secciones que denomino “**distritos**”. Éstos presentan una relativa homogeneidad en cuanto a la calidad de soportes, paisaje urbano-arquitectónico y nivel socioeconómico de sus pobladores; y sus contornos están definidos por los instrumentos de planeación y políticas urbanas.

Es pertinente aclarar que el uso de niveles –micro, meso y macro- para referirme al espacio urbano, no implica considerarlos como partes o fragmentos separados. Por el contrario, propongo una estrategia de abordaje que va del lugar a la zona o distrito y a la estructura urbana o ciudad, concibiéndolos como unidades que se traspasan, se articulan, se mezclan, se influyen y no pueden entenderse de forma autónoma. Coincido con Ortiz en que “*se trata más bien de establecer un ordenamiento entre niveles espaciales diferenciados, lo que nos lleva necesariamente a pensar las relaciones entre ellos*” (Op. Cit: 32).

La organización que adquiere la ciudad se expresa de manera concreta en su forma y configuración espacial: **su estructura urbana**, que se articula sobre los sistemas de producción enmarcados en una lógica capitalista. Las estructuras urbanas organizan el espacio en forma altamente diferenciada, esto agudiza los

antagonismos producidos por la participación desigual en los procesos de producción y reproducción de la vida social.

Bajo una apariencia de organización funcional y homogénea la estructura urbana encierra superpuestos sistemas y trazados relativamente autónomos, que están dados por los elementos efectivamente vividos y conocidos por los distintos grupos sociales. De esta forma, la ciudad no se utiliza en forma homogénea, las diferentes partes, lugares y soportes que la integran no son experimentados de la misma manera por todos sus habitantes. Por ello, para conocer las prácticas particulares y las representaciones de determinados grupos sociales, propongo ir más allá del plano de la estructura urbana, ubicándolas en unidades de escala más discreta, una de éstas son los **espacios colectivos**.

Varias disciplinas han definido el **espacio colectivo** enfatizando diversos aspectos. Desde la arquitectura se concibe como *“el sistema unitario de espacios y edificios englobados en la estructura urbana que tienen una incidencia sobre la vida colectiva, que definen un uso común para amplios estratos de la población y que constituyen la sede y los lugares de su experiencia colectiva”* (Cerasi, M. 1990: 87).

Pero el propio Cerasi advierte que el concepto es ciertamente una pura convención. Más bien cubre una serie de atribuciones de uso que una relación de elementos físicos fácilmente clasificables. Por ello los análisis geográficos e históricos no lo mencionan, ya que aparece como una categoría demasiado fugaz para sus instrumentos, mientras que en cambio describen el espacio abierto, el centro de la ciudad, los monumentos dominantes: es decir, los componentes del espacio colectivo (Ibíd).

Pienso como Cerasi que en la definición del *“espacio colectivo”* se deben considerar los siguientes factores: el *cuantitativo*: un espacio es tanto más significativo para la colectividad cuanto más amplio es el número de ciudadanos que lo utilizan o lo conocen, cuanto más largo es el periodo histórico durante el cual

ha ejercido su influencia. El *cultural*: la atribución histórica y social de significados a aquella función, espacio o edificio (Ibíd: 88).

No coincido completamente con Cerasi en atribuir la misma relevancia a los factores de tipo espacial y geográfico. Dicho autor plantea que *la inserción o localización en la ciudad y la magnitud del espacio, la centralidad geográfica o arquitectónica, el vínculo con un recorrido importante, facilitan e incluso exaltan el flujo colectivo*" (Ibíd: 88). Sin negar la importancia de la centralidad, considero más relevante en la definición del espacio colectivo el factor de la accesibilidad, lo que nos conduce al concepto de **espacio público**.

El **espacio público** lo entiendo más en una perspectiva socio-antropológica que arquitectónica. Convengo con Isaac Joseph en que una de sus principales características es la **accesibilidad** (1988:46), ésta permite la diversidad y heterogeneidad de sus usuarios y posibilita realizar múltiples prácticas: descanso, trabajo, reunión, celebración, manifestación, etc. Los espacios públicos están formados por las plazas, parques, alamedas, vialidades peatonales y grandes centros comerciales<sup>2</sup>, entre otros y están sujetos a transformaciones debido al cambio de sus funciones o usuarios.

En este sentido me parece importante entender el espacio público como entidad dinámica en constante movimiento, no como espacio urbano estático y acabado. Sostengo que se configura a través de diferentes tipos de usos y prácticas sociales, así como por una incesante interacción social entre personas o grupos de personas que lo utilizan. En otras palabras, considero la construcción del espacio público "*... impregnada de un conjunto de intervenciones individuales y colectivas,*

---

<sup>2</sup> Los centros comerciales no cumplen con todas las características de espacio público. Sin embargo, el espacio urbano presenta cada vez más casos de ambigüedad y confusión de las categorías y realidades de lo público y lo privado, se observa privatización del espacio público y la publicitación del privado como en los centros comerciales (Fessler Vaz 1996:98). Por lo anterior y la gran influencia social que éstos tienen, los propongo como un tipo especial de espacio público. En el capítulo IV explico y desarrollo las características y funciones de dichos establecimientos que justifican mi propuesta.



*públicas o privadas, planeadas o no, que resultan en acciones, que van materializando la forma física de las ciudades, abrigo y lugar de prácticas sociales”* (Soares de Almeida 1996: 223).

Propongo ver los espacios públicos como ámbitos primordiales en la constitución del espacio colectivo de la ciudad debido a que cumplen importantes funciones. Pero no los pienso como simples soportes urbanos con meras funciones instrumentales o pragmáticas, sino como sedes o escenarios donde desarrollan sus prácticas urbanas grupos de pobladores, quienes a través de su uso continuo y cotidiano se los apropian física y simbólicamente y transforman en **lugares**. Es decir, territorios<sup>3</sup> conocidos, reconocidos y practicados.

**El lugar** lo entiendo como espacio más restringido, muy bien delimitado, dentro del cual desarrollan sus prácticas urbanas rutinarias un grupo o conjunto de personas. Comparto la idea de Renato Ortiz de que: *“El lugar posee un contorno preciso hasta el punto de tornarse un límite territorial para los hábitos cotidianos; así se confunde con lo que nos circunda, está realmente presente en nuestras vidas. Nos reconforta con su proximidad, nos acoge con su familiaridad”* (1998: 30). Creo igual que Manuel Delgado que el lugar es fundamentalmente un *“espacio practicado”* (1999: 39). Por ello planteo que puede permitir a los grupos sociales que lo usan y apropian, la construcción de sentido, significado, identidad y arraigo.

El concepto lugar lo utilizo en la perspectiva antropológica siguiendo a Marc Augé, es decir, un espacio que tiene por lo menos tres rasgos comunes: se consideran (o los consideran) *identificatorios, relacionales e históricos* (1994: 58). Se trata de espacios vividos, defendidos; que reflejan las huellas de la historia y la

---

<sup>3</sup> No uso el concepto territorio en el sentido marxista –conformado y modificado a través de procesos complejos que involucran factores económicos, políticos y sociales-, sino desde una perspectiva socio-cultural, como espacio con límites físicos y simbólicos, usado y apropiado por sus actores, que permite la construcción de sentido.

memoria colectiva, donde sus usuarios pueden reconocerse. Pero es necesario aclarar que aunque pueden estar influidos por procesos sociales de larga duración, también se encuentran atravesados por transformaciones, por tanto no los ubico en forma romántica como entidades espaciales inmutables y autocontenidas. Coincido con Renato Ortiz en estudiarlos como *“resultado del entrecruzamiento de diferentes líneas de fuerzas en el contexto de una situación determinada”* (1998: 38).

Los lugares, tal como lo veremos en los casos de la plaza pública y el centro comercial, son resultado de procesos sociales que afectan de diversas formas sus funciones, el tipo de actores y prácticas. Planteo la necesidad de estudiarlos como parte de una unidad espacial más amplia: la ciudad. Las características arquitectónicas y ambientales de los lugares, usos y funciones, localización en determinada zona de la ciudad, tipo de actores que lo utilizan, etc.; les confieren papeles y funciones particulares. Éstas pueden ir cambiando por transformaciones en otras partes del espacio urbano. Por eso insisto en la necesidad estudiar “los lugares” sin olvidar la escala espacial más amplia: la ciudad, vista como estructura urbana.

Un concepto fundamental en la construcción de los lugares es la *territorialización*, ésta la entiendo -siguiendo a Manuel Delgado- como *“identificación de los actores con un área que interpretan como propia y que ha de ser defendida de intrusiones, violaciones o contaminaciones”* (1999: 30). Conuerdo con Delgado que la territorialización en los espacios públicos se construye por los pactos que las personas establecen a propósito de cuál es su territorio y cuáles son sus límites. Ese espacio personal o informal acompañan a los individuos a donde van y se expande o contrae en función de los tipos de encuentro en un permanente equilibrio entre aproximación y evitación (Ibíd).

Creo, igual que Isaac Joseph, que el espacio público es el más abstracto de los espacios –espacio de las virtualidades infinitas-, pero también el más concreto,

aquel en el que se despliegan las estrategias inmediatas de reconocimiento y de localización, donde emergen organizaciones sociales instantáneas, en las que cada concurrente circunstancial introduce de una vez la totalidad de sus propiedades, ya sean reales o impostadas (Citado por Delgado, Manuel 1999:33-34).

Considero los espacios públicos como ámbitos de fluidez y convergencia de actores diversos y heterogéneos culturalmente, lo cual los hace sumamente complejos y esto los hace ámbitos relevantes para el estudio de las prácticas urbanas, las representaciones sociales y los imaginarios.

“Espacio colectivo”, “espacio público” y “lugar”, tal como los he definido, son resultado de los modos específicos de usar y experimentar el espacio urbano en un determinado periodo y una ciudad particular, de atribuir jerarquías de uso, representaciones culturales o imágenes colectivas a ciertas partes o zonas. Me interesa el espacio urbano en la escala grupal, como espacio próximo y vivido, el que usan los actores y que permite la construcción y apropiación de esos lugares, escala sujeta a múltiples mediaciones de carácter cognitivo, social, cultural.

La experiencia y usos de los espacios públicos y lugares nos conducen a sus usuarios que denomino actores. El *actor urbano* lo defino como un sujeto históricamente posicionado que está expuesto, desde el lugar social que ocupa en la estructura, a múltiples y variados discursos sobre la realidad que va introyectando en la forma de esquemas de percepción, valoración y acción, que serán transformados, en virtud de su subjetividad en competencias, en el sentido de Greimas, de índole simbólica y práctica, que orientarán su acción (Reguillo, R. 1995: 31).

Utilizo el concepto de actor –más que de sujeto o agente- en el sentido de que asumen roles y papeles susceptibles de ser modificados por múltiples mediaciones y que expresan la organización de la sociedad. De esta manera, veo los roles como resultado de procesos históricos y de naturaleza cambiante, dependiendo de las transformaciones de la sociedad y la organización del espacio. Considero que las

relaciones de los actores con el espacio, están determinadas por su posicionamiento social: clase o sector socioeconómico; variables sociodemográficas: grupo etario, género; necesidades concretas, la configuración física del espacio y las partes que usan; y por el conjunto de sistemas de significados –la cultura-, que provoca modelos de comportamiento.

Considero, siguiendo a Rossana Reguillo, que el posicionamiento de los actores, el género, la edad, la creencia religiosa, la pertenencia a un territorio, la clase socioprofesional, conducen a las diferencias en los modos de experimentar y actuar en la ciudad (1996: 76). Aclaro que no me interesa el actor como sujeto individual, sino como parte de colectivos sociales que comparten roles y prácticas urbanas. La pertenencia de los actores a grupos sociales genera miradas comparables, producidas desde cada posicionamiento, que al ser compartidas permite la construcción de prácticas urbanas e imaginarios de la ciudad de índole colectiva: los imaginarios urbanos. El estudio del actor desde su posicionamiento, forma parte de la estrategia metodológica que elegí para acercarme a sus prácticas urbanas y las formas de representación colectiva de la ciudad, construidas por quienes la viven.

En esta investigación retomo de la Teoría de la Estructuración de Giddens sus planteamientos sobre regionalización y su concepto de "*locale*". Convengo con él en que este concepto permite entender la vinculación entre actores y espacios urbanos. Giddens considera el espacio como un elemento activo en la conformación del orden y la conducta social, pero no el espacio físico sino el espacio social, como elemento que interviene en la constitución de lo social<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Distingue entre dos tipos de integración que garantizan el funcionamiento de todo sistema social: la **integración social**, referida a aquellos vínculos que derivan del contacto directo entre personas que comparten un espacio determinado y la **integración sistema**, que se refiere a las relaciones entre sistemas sociales separados espacial y temporalmente, es decir, entre gente que no mantiene un contacto físico directo.

Para Giddens la integración social se logra por los patrones de conducta que provienen de la rutinización de la actividad social que se lleva a cabo en ciertas sedes que condensan el espacio-tiempo. La vida de los actores sociales se desenvuelve cotidianamente por medio de rutas familiares espacio-temporales, que se intersectan con las rutas de otros actores, de tal manera que determinados aspectos o "regiones" de nuestra vida social constituyen patrones recurrentes de relaciones sociales. La repetición constante y la regionalización de nuestra vida aseguran la integración social y nos permite existir con un alto grado de seguridad y estabilidad interna. Esto es así porque los seres humanos desean permanecer arraigados a un sistema básico de seguridad, que surge en la infancia y los protege de la ansiedad y angustia ante lo desconocido y diferente.

Central al planteamiento de Giddens es el concepto de "*locale*", que se refiere al uso del espacio para proveer los escenarios dentro de los cuales ocurren las interacciones, pero "*locale*" no se describe sólo en función de sus propiedades físicas, sino en la forma como se usa para las actividades humanas y como proveedor del contexto para la vida social. Los "locales" pueden variar desde un cuarto, una casa, una tienda, un pueblo, una ciudad, hasta el territorio ocupado por un Estado-nación. Están típicamente regionalizados y son críticos en la constitución de los contextos para la interacción (Citado en Urry, J. 1991: 164).

Así, apoyado en Giddens, considero los espacios donde los actores acuden para el desempeño de sus actividades rutinarias: abasto, esparcimiento, habitación, trabajo; como sedes o "locales". Pero éstos no son sólo lugares, sino escenarios de interacción, que utilizan los actores de manera consuetudinaria para dar sustento a un sentido en actos comunicativos. Propongo que determinados espacios públicos como los parques, mercados o centros comerciales; pueden ser vistos como locales en el sentido de Giddens o "lugares", en el sentido antropológico.

Coincido con dicho autor en estudiar a los actores<sup>5</sup> como sujetos competentes que disponen de información suficiente sobre las condiciones y consecuencias de sus actividades en la vida cotidiana. Que tienen la aptitud de comprender lo que hacen en tanto lo hacen, esta aptitud reflexiva se incluye en general de una manera continua en el flujo de la conducta cotidiana en los contextos de una colectividad social (Op. cit: 24).

Creo que al relacionar representaciones y practicas es posible acercarse al acervo de conocimientos de sentido común –sobre espacios y lugares- por los cuales los actores dan sentido a sus acciones, a los motivos e intenciones de sus prácticas. Y que como investigadores podemos estudiar dicho acervo por medio de la observación de las formas de usar los lugares y de los discursos que elaboran los actores sobre ellos.

Pero el acervo de conocimientos, representaciones y sentido común, no implica necesariamente una coherencia exacta, entre el mundo real y el imaginado. Estoy de acuerdo con Norbert Lechner en que al estudiar la vida cotidiana podemos encontrar que el actor toma y mezcla elementos disímiles e incluso antagónicos, que por su cotidianidad no son reflexionados (1993: 3).

En este contexto y basado en Giddens, no considero la vida social como un estado, sino un proceso mediante el cual se constituye la sociedad a través de la obra práctica de sus miembros, la clave para entender el orden social entonces está en las relaciones cambiantes entre la producción y la reproducción de la vida social por sus actores constituyentes (1987:104-105). Y las propiedades estructurales de los sistemas sociales existen debido a que *“formas de conducta social se reproducen inveteradamente por un tiempo y un espacio”* (Ibid: 22). En dichas formas intervienen de manera fundamental espacios y lugares urbanos.

---

<sup>5</sup> El autor utiliza los conceptos de agente o actor en forma indistinta (Op. Cit:24).

## **1.2. Prácticas urbanas, percepción, representación y apropiación del espacio urbano.**

Considero las imágenes y los imaginarios urbanos construcciones sociales sobre un entorno construido. Por tanto, debemos partir del reconocimiento de la presencia de actores urbanos que se ubican, habitan y participan; es decir, entablan una relación a través de prácticas sociales con el espacio urbano. En las investigaciones sobre ciudad y procesos urbanos generalmente se estudiaban en forma separada los elementos que necesariamente están relacionados. Por ello, reitero que la ciudad, concebida como estructura urbana, no es sólo elemento físico y material, es más bien, el espacio donde los pobladores se relacionan con los objetos físicos y los modifican.

En esta perspectiva pienso como Armando Silva (1992) que existe estrecha relación entre las prácticas sociales, los soportes materiales que conforman la ciudad y la representación resultado de esa relación. Al respecto este autor plantea:

*Si algo sucede en una ciudad, como por ejemplo, la construcción de un gran centro comercial, lleno de almacenes y bodegas, con todo tipo de comercios y servicios, bancos, restaurantes, cines, teatros, lugares de exposición y supermercados, donde se vende de todo a toda hora, entonces la ciudad se transforma; sus habitantes, seres reales de carne y hueso, van admirados a conocer sus instalaciones, las recorren en todas las formas en animados paseos; luego lo usan no sólo en las horas habituales, sino hasta en momentos de la noche, aprovechando la extensión de su horario nocturno" (Op. Cit: 16-17).*

Esta instalación se vuelve pronto un nuevo *lugar* de la ciudad, donde hombres y mujeres acuden. Así, el "centro" (comercial) se hace el centro de ciertas representaciones y la ciudad lo va asimilando como uno de sus lugares: ya no sólo se usa sino que sirve como espacio identificador y como lugar de expresión urbana (Ibíd).

La cita anterior muestra que las representaciones de los pobladores sobre su entorno urbano, afectan y guían sus usos y prácticas y modifican la concepción del espacio, transformando una realidad física en espacio social. En esta perspectiva pienso como Monnet que lo que distinga a un espacio son los usos y las prácticas de aquellos que lo frecuentan, lo que hay en él construido y las representaciones que le han sido asignadas (1992: 27). Los usos modelan en forma particular el espacio y constituyen un complejo estructurante que impone su organización al espacio.

Como se puede apreciar el espacio urbano abstracto como tal no existe, en cambio lo que encontramos son espacios sociales determinados por usos y prácticas. Así, hablar de espacios sociales es mucho más que una metáfora. Coincido con Lechner N. en ver el espacio social en tanto conjunto articulado de prácticas sociales que marca un espacio físico territorial y se objetiva en un espacio urbano. Esta relación entre prácticas vivas (interacción) y prácticas objetivadas (estructura urbana), sufre una inversión similar a la que ocurre entre trabajo vivo y trabajo muerto. La estructura urbana se independiza de los habitantes que la produjeron y les impone su legalidad. De este modo, el espacio urbano (en tanto división social objetivada), condiciona a su vez las interacciones diarias de sus habitantes (1982: 7).

Los traslados a la escuela, al mercado, o al trabajo; la decisión de utilizar el automóvil privado o el transporte colectivo; la asistencia a un parque; etc. son prácticas que impactan cotidianamente el espacio urbano. La organización espacial de las ciudades se refleja de manera directa en la vida cotidiana de sus pobladores, produciendo una segmentación de actividades discretas realizadas en espacios claramente diferenciados: en uno se trabaja, en otro se hacen las compras, existen lugares para la vivienda y otros que se utilizan para el esparcimiento, etc<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Las investigaciones de la geografía feminista anglosajona han demostrado claramente como la separación espacial de las actividades: trabajo, ocio, abasto, escuelas y guarderías infantiles, etc.; aunada a las limitaciones del transporte, de las grandes ciudades norteamericanas y británicas, ocasiona un consumo excesivo de tiempo en las mujeres. (Cfr. el libro de Little, Jo. Linda Peake y Pat Richardson, Comps, (1988) **Women in cities: Gender and the urban environment.**



En este contexto el actor urbano interactúa *en y con* diversos espacios, según las diferentes actividades que tiene que desempeñar. Esto conlleva a la necesidad de tomar múltiples decisiones, relacionadas con el uso de los espacios y soportes urbanos; la selección de la actividad a realizar, el lugar dónde acudir y el cómo hacerlo. Tales decisiones, sin embargo, no las considero resultado de cuestiones exclusivamente subjetivas -como plantean algunos trabajos de la sicología conductista norteamericana-, están enmarcadas y determinadas por otros factores como son: 1) Las características que presenta la estructura urbana. 2) El lugar o zona de residencia de los actores urbanos. 3) Su ubicación en la estructura productiva y la distribución del ingreso. 4) Sus necesidades de desplazamiento y utilización de la ciudad. 5) La información que poseen de la organización y funcionamiento de la ciudad y 6) Sus ideas e imágenes, basadas en nociones objetivas y subjetivas.

Las ciudades con mayor dinamismo económico y demográfico se caracterizan por una organización espacial heterogénea y compleja, generalmente ocupan grandes extensiones territoriales que incluyen zonas construidas en diferentes periodos, con funciones diferentes y especializadas. En este contexto de estructuras urbanas complejas, los pobladores urbanos simplifican el problema de la selección espacial relacionándose con sólo una fracción de las posibilidades que ofrece la ciudad. Este tipo particular de utilización conduce a un **relacionamiento regionalizado del espacio urbano** (similar a la senda espacio-temporal propuesta por Giddens, Op. Cit.), que produce una imagen parcial y un particular imaginario urbano.

El proceso de simplificación frecuentemente puede llevar al desarrollo de una **imagen cognitiva** del medio en la mente (Walmsley, D. 1988: 5). La sicología ofrece algunas propuestas para explicar lo anterior, Boulding (1956) sugiere que los individuos actúan de una manera "**racional vinculante**", es decir, intentan actuar como seres humanos racionales, aunque dentro de una versión muy simplificada de la realidad (Cit. por Walmsley, Op. Cit: 5).

Coincido con Simón (1957), quien propone que los actores no sólo son incapaces de manejar la totalidad de la información disponible a ellos, sino que también están poco dispuestos a conducirse racionalmente con respecto a sus imágenes simplificadas del mundo real. Y agrega que los actores seleccionan un satisfactor más que un curso de acción racional u óptimo cuando afrontan el problema de dónde ir y qué hacer (Citado en Walmsley, D. Op. Cit: 5).

La lectura de los diferentes espacios depende de las actividades -entendidas como prácticas- y las preocupaciones de cada uno. El barrio donde uno reside llega a ser conocido de modo particular por cuanto se vive en él; lo mismo sucede con los espacios de trabajo; de compras o de esparcimiento. Fuera de estas áreas bien delimitadas el actor ya no capta tan bien un medio que no es funcional para él (Bailly, A. Op. Cit: 49-50).

Por esta razón, concuerdo con algunos estudiosos colombianos que plantean que el actor urbano crea imágenes fragmentadas con diferentes significados, las cuales al reiterarse se incorporan a la cotidianidad y se revierten a la ciudad en la forma como éste se relaciona con ella, formando territorios como espacios semantizados y negando o dando uso a los diferentes sectores o zonas (Niño S, N, Torres et al. 1998: 5).

Por otra parte, me parece importante entender la percepción del espacio urbano como resultado de las prácticas de los pobladores y de la información sobre él. En contextos urbanos caracterizados por una mayor frecuencia de hechos violentos como México, Bogotá o Sao Paulo, es común la construcción de imágenes de la ciudad alimentadas por las ideas de inseguridad (Aguilar, M. 1990; Silva, A. 1992). El consenso que califica a un espacio como violento genera la pérdida de la noción de seguridad entre los usuarios o habitantes de ese espacio, poniendo en marcha una lógica social de desconfianza y defensa. Bajo esta perspectiva los pobladores construyen una suerte de plano o Guía Roji de lo controlable, que organiza lugares y tiempos de desplazamiento y ocupación. Con ello buscan entonces acudir a

lugares en donde los espacios y sus usuarios son conocidos o previsibles, factibles de imaginar de antemano (Aguilar, M. 1990: 6).

Coincido con Aguilar en que esto genera espacios sociales de uso exclusivo para determinados grupos. El carácter de exclusividad puede estar dado por la regulación del ingreso, vía inscripciones o membresías, o de una manera más sutil a través de un control social informal; aparecer como un extraño en un sitio pone en juego mecanismos de diferenciación social que traen como resultado la incomodidad o el abandono del lugar. Alejar la violencia física supone así el empleo de una violencia simbólica. De esta forma, en la ciudad el espacio público aparece connotado de acuerdo a los usuarios, habitantes que marcan las normas informales que lo rigen (Ibíd: 6).

Considero relevantes las ideas de Aguilar ya que ayudan a entender por qué no es común que los pobladores urbanos se aventuren en lugares de su ciudad que no les resultan familiares, donde se requieren códigos particulares y, en suma, se presentan en sus imaginarios como "lejanos" y "distantes", en el sentido de la alteridad, más que en el de distancia física.

Un factor que estimo pertinente en la construcción de las imágenes urbanas es lo que se denomina *sesgo geográfico*, es decir, el conocimiento parcial de los lugares. Así, los actores urbanos elaboran sus imágenes sobre zonas particulares a partir de algunas partes que consideran los atributos y características sobresalientes de toda la zona: el tipo de arquitectura de un grupo de edificios, el tráfico, áreas verdes, o el nivel económico de los vecinos. Lo anterior ocasiona que debido al sesgo geográfico las personas se imaginen como homogéneos, espacios urbanos cuyas características son heterogéneas y complejas. Esto ha sido corroborado en el caso de México en un estudio donde su autora explica que existe una imagen urbana de Coyoacán como lugar agradable, poseedor de una arquitectura colonial hermosa, reflejada en muchas de sus casonas, iglesias, parques, etc., habitado por pobladores intelectuales y de altos ingresos. Pero esta imagen es parcial ya que sólo un sector de Coyoacán tiene esos

atributos y colindando con el Coyoacán histórico se encuentran muchas colonias populares (Safa, Patricia, 1995: 9-13).

Coincido con Walmsley en que el proceso de percepción del actor sobre el medio circundante tiene un papel fundamental en la construcción de la imagen urbana. Dicha percepción es inevitablemente única, debido a que es imposible que dos personas tengan en su percepción exactamente la misma historia, experiencias, perspectivas y motivaciones. Sin embargo, se ha encontrado que las conductas ambientales de diferentes personas, particularmente quienes viven cercanos unos de otros, son muy similares. Existen dos razones para ello: primera, toda la gente tiene mecanismos neurológicos innatos y comunes para manejar la información recibida. Y segunda, que las personas de una misma área de la ciudad tienden a tener experiencias socializantes similares, impuestas por la situación en la que ellos se encuentran (Op. Cit: 6)<sup>7</sup>.

La percepción de la ciudad es también resultado de cómo, cuándo y en qué medida se utiliza y se basa cada vez más en los desplazamientos. De no existir éstos el mapa mental se reduciría al barrio de residencia-trabajo, como puede ocurrir con los ancianos, a consecuencia de la disminución de sus prácticas urbanas que implican desplazamientos: acudir al trabajo, llevar niños a la escuela, salir de compras, acudir a cines y teatros, etc.

Los tipos, formas, frecuencias y distancias que adoptan los desplazamientos de los pobladores de una ciudad resultan fundamentales para explicar las diferencias en cuanto a la información y conocimiento y también respecto a las ideas y representaciones que construyen sobre la misma. La expansión de las ciudades y la

---

<sup>7</sup> Algunos trabajos sobre los procesos de construcción de la identidad en los movimientos urbanos populares, con base en la distinción de J. Habermas, distinguen los factores condicionantes de la acción de los movimientos urbanos destacando la importancia de: el pasado u origen común, situaciones económicas similares, **espacio o territorio compartido y tiempo de convivencia en un mismo ámbito** (Cfr. Ramírez Saiz, J. 1990, "*Identidad en el movimiento urbano popular*", en **CIUDADES** No. 7).

tendencia creciente del capitalismo de separar las actividades en diferentes zonas, obliga a realizar recorridos diarios que pueden implicar grandes distancias y consumir varias horas.

García Canclini, Rosas y Castellanos (1996), en su investigación sobre la ciudad de México, resaltan la importancia de tales recorridos que denominan **viajes metropolitanos**, éstos pueden ser estudiados como prácticas cotidianas de los actores urbanos que ayudan a comprender cómo se construye la percepción, el conocimiento y la representación de lo urbano a partir de la experiencia directa de tales desplazamientos.

Sobre esta práctica urbana y la experiencia que implica, García Canclini et. al. explican que en la vida de millones de habitantes de la Ciudad de México los viajes ocupan entre dos y cuatro horas diarias, tiempo que las personas permanecen en los medios de transporte, por tanto éstos son lugares donde se vive. *“Al viajar en ellos los habitantes se apropian del espacio urbano, atraviesan zonas que no conocen, sino desde la distancia y la fugacidad del vehículo que los traslada. En ese movimiento van imaginando como viven los otros”* (1996: 24).

En esos desplazamientos, en ese ir y venir por su ciudad, los viajeros conforman diferentes imágenes de los espacios por los que deben o quieren transitar (Ibíd: 107). El “viaje metropolitano” permite a los pobladores entrar en contacto con una gran diversidad de personas, espacios, situaciones; que pueden resultar agradables, aburridas e incluso peligrosas y conflictivas. Todas estas experiencias forman parte de las practicas urbanas que alimentan su conocimiento sobre la ciudad, sus pobladores y la vida urbana.

A diferencia de la propuesta del grupo de García Canclini que considera los viajes como práctica que permite atravesar diversas zonas y relacionar -aunque sea en forma visual y fugaz-, a personas de diferentes niveles sociales, Lechner (Op. Cit: 49) plantea que en el caso de los sectores de altos ingresos de Santiago de Chile se presenta más bien, el uso segmentando de la estructura urbana. Esta práctica, a

pesar de los estímulos que proporciona -mirar vitrinas de comercios, a las personas en restaurantes o el diseño de las residencias de las zonas ricas, constituye:

*”... una experiencia unidimensional que ignora otros modos de vida; esto sugiere un empobrecimiento de las experiencias diarias y, por tanto, en la percepción del mundo. Si buena parte de la población ya no abandona su respectiva comuna, identificará ese medio como lo normal y lo natural (Ibíd: 50).*

Propongo considerar los viajes y desplazamientos como un tipo específico de práctica urbana que permite al actor, a través de su experiencia sensorial -observación fugaz- construir ciertas imágenes, quizás estereotipadas de lo que observa. Pero los imaginarios no se construyen sólo a partir de prácticas empíricas, en ellos intervienen otras mediaciones -por ejemplo la prensa, los relatos de otras personas, etc.- Para decirlo en forma breve conocemos y luego imaginamos, pero también podemos imaginar y luego conocer.

Por otra parte, para entender la lógica de las representaciones sobre el espacio y las imágenes urbanas, propongo considerar la percepción mucho más allá de los procesos neurológicos donde intervienen los sentidos. En esta perspectiva, debido a que las imágenes hacen referencia a eventos apenas textualizados, que son patrimonio de estructuras de intercomunicación, Silva propone un corte imaginario que permita un enfrentamiento distinto en la mecánica perceptiva de la ciudad (1992: 92).

De acuerdo con Silva la **percepción imaginaria** corresponde a un nivel superior de percepción. Esto significa que en este punto ya hemos pasado por dos instancias anteriores: la percepción como **registro visual**, en caso de ver una imagen para su estudio, con independencia de su eventual observador, y en cuanto estudiar la imagen según las marcas de lectura, **puntos de vista**, que ha previsto su ejecutor material o en el sentido de estudiar la imagen según el patrimonio cultural implícito en la imagen. Al proponer la percepción imaginaria lo hace ya no en tanto que sea “verdadera” o no su percepción; tampoco en cuanto sea o no un mensaje previsto por

su enunciador, sino en la medida en que su percepción, digamos inconsciente, se ve afectada por los cruces fantasiosos de su construcción social y recae sobre ciudadanos reales de la urbe (1992: 92).

Para ilustrar este planteamiento Silva brinda un ejemplo que considero interesante:

*“Esto quiere decir que si un grupo de bogotanos o paulistanos ve una calle como la de las mujeres en las respectivas ciudades, esto no quiere decir que “realmente” sea la calle donde hay más mujeres en tales urbes, sino que, al coincidir un grupo significativo en verla así, en consecuencia, tal calle es de “naturaleza femenina”, en cuanto a su percepción urbana. Y una calle femenina exige cierto trato, cierta consideración y recorridos, algunas preferencias, ciertas actividades. Por ejemplo, se va a una calle femenina, en la acepción positiva de feminidad, a tomar un café y descansar, a caminar a ver vitrinas o a conocer gente, ojalá amigas, pero también para charlar y tener convivencia social. En este caso de la feminidad de la calle, tenemos que lo imaginario afectó lo simbólico (lo real construido y dividido), el uso social de una parte de la ciudad y de sus ciudadanos” (Ibíd: 93).*

Me parece importante la propuesta de Silva en virtud de que permite comprobar que las representaciones compartidas, basadas en condiciones objetivas reales o imaginadas, sobre determinados elementos del espacio urbano, pueden llegar a generar expectativas de los usos asociados a dichos elementos e incluso determinar prácticas para relacionarse con las personas que los utilizan.

En otro orden de ideas, creo pertinente explicar que las imágenes del medio se jerarquizan de acuerdo con los sectores vividos, las vías por las que se desplazan los actores, la idea subjetiva de distancia, y la interacción de todos los tipos de espacio urbano implica la existencia de los ejes de transporte.

Appleyard explica que la representación del medio urbano en la mente del actor es resultado de dos sistemas de información. El primero es la sustancia de una experiencia directa y el segundo involucra experiencia indirecta, esto es el

intercambio de experiencias con otros actores en una *"day-to-day social interaction"* (Citado por Walmsley, Op. Cit: 22). Basado en dicho autor propongo que llegamos a conocer nuestro medio urbano tanto a través de nuestras propias conductas y acciones, como a través del aprendizaje vía las perspectivas, acciones y experiencias de los otros. Los dos conocimientos se entretajan y dan lugar a nuestra representación mental de la ciudad.

De manera similar otros autores plantean que cada persona percibe -a través de sus preocupaciones sociales, culturales y económicas-, y de su experiencia un medio que le es propio. Horacio Capel (1975) lo expone de la siguiente forma:

*"Esta imagen a partir de la cual se decide el comportamiento espacial de los habitantes de la ciudad es una mezcla de elementos reales y de ideas falsas, sobrevalorados determinados aspectos y dejados otros en la penumbra; es el resultado de la información recibida personalmente por cada individuo, de informaciones indirectas, más o menos fiables, de datos y sistemas de valores expandidos por el medio cultural o manipulados por los medios de comunicación de masas"* (Citado por Bailly, A. Op. Cit: 29).

En la construcción de las imágenes no pueden soslayarse las características sociodemográficas de los actores urbanos que influyen en la forma y frecuencia de sus prácticas urbanas. Hombres y mujeres hacen usos diferentes de la ciudad debido a las tendencias que existen en cuanto a la división social del trabajo y a los patrones socioculturales tradicionales internalizados. Esto se ha explicado a través de las propuestas de los ámbitos público y privado; lo privado se relaciona con el espacio doméstico, donde se desarrolla -en general- la cotidianidad de gran cantidad de mujeres. Y si bien cada vez existe mayor participación femenina en el mercado de trabajo, todavía es mayoritaria la presencia de los hombres en la esfera pública, en los espacios laborales ajenos a lo doméstico.

Sostengo que la edad del actor es también una variable determinante en cuanto al uso de los espacios urbanos. En los grupos extremos de edad como niños y



ancianos, generalmente se presenta una menor participación en la utilización de la ciudad. Esto puede explicarse por sus características y necesidades, los niños muy pequeños -salvo excepciones como los niños de la calle-, carecen de autonomía para sus desplazamientos por la ciudad, dependen de algún adulto para acudir a ciertos espacios públicos. Los ancianos, al estar en la última fase del ciclo vital generalmente ven reducidas sus obligaciones laborales por jubilación, retiro o enfermedad, lo que implica menores viajes intraurbanos. Además, debido a sus limitaciones físicas enfrentan dificultades para utilizar los transportes públicos, por esto sus recorridos tienden a reducirse a lo barrial.

Otros grupos etarios tienen necesidades diferentes que hacen necesaria una mayor cantidad de desplazamientos en la ciudad. Mientras que:

*“Para los niños y ancianos su mundo, muchas veces se reduce a la vida del vecindario; para los jóvenes en cambio, que tienen mayores posibilidades de movilidad, el vecindario puede ser muy importante, pero sus relaciones tienden a abarcar zonas mucho más amplias”* (Rivlin, L. 1987, citada por Safa, P. 1998: 60).

Así, considero que los jóvenes<sup>8</sup> que estudian o trabajan, los adultos trabajadores y prácticamente los pobladores en la fase productiva, presentarían mayor frecuencia en cuanto a la utilización de la ciudad y los soportes urbanos. A los desplazamientos relacionados con las actividades productivas se suman los asociados al consumo: viajes para compras, para actividades de esparcimiento e incluso compromisos con los amigos. Todo ello permitiría la posibilidad de mayor cantidad de experiencias y conocimientos sobre el medio urbano que se reflejaría en su percepción y comprensión del mismo.

---

<sup>8</sup> Sobre el consumo de la oferta cultural urbana de la ciudad de México se ha demostrado que los sectores juveniles son los que hacen mayor uso de museos, teatros, estadios, cines, salas de conciertos, etc. ver García Canclini, N. y Mabel Piccini *Culturas de la Ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano*, en García Canclini, N. (1993).

Aclaro que lo anterior tiene que matizarse, no se puede hablar de jóvenes en general, la variable socioeconómica -como atributo que determina el estatus y la diferenciación social-, resulta determinante en las formas específicas de utilización del espacio urbano y tales experiencias influyen en la construcción de las imágenes urbanas.

Los grupos sociales con mayores ingresos e influencia política generalmente monopolizan los mejores distritos urbanos en cuanto a cantidad y calidad de infraestructura y servicios para establecerse. Esto hace que requieran de menores desplazamientos para obtener los servicios urbanos. Cuando viven en un sitio y laboran en otro alejado del primero, generalmente se instalan en zonas con colonias o fraccionamientos monofuncionales, desarticulados del resto de la ciudad.

Por otro lado, en los sectores de menores recursos económicos es más común que las personas trabajen en una parte de la ciudad y vivan en zonas alejadas de la primera. Por ello realizan mayor cantidad de desplazamientos intraurbanos, atravesando varias zonas en diferentes servicios de transporte público: taxis colectivos, trolebuses, autobuses, etc.

La antropología y sociología urbanas, en la década de los noventa, pusieron su interés en las prácticas vinculadas al consumo, principalmente las de tipo cultural y varios de los trabajos ofrecen resultados interesantes. En particular encontramos un mayor interés por indagar los usos sociales de los sectores juveniles sobre determinados espacios público-privados o públicos<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Castro-Pozo y Cornejo Portugal (1995) describen, a partir de sus observaciones etnográficas, los procesos de apropiación y privatización afectiva de los jóvenes que acuden al Centro Comercial Plaza Universidad de la Ciudad de México. Nateras Domínguez, A. (1995) indaga las manifestaciones culturales urbanas de la cultura alternativa, la construcción de nuevas identidades colectivas, entre los jóvenes que regularmente usan el tianguis del Chopo como espacio público. Otros trabajos aportan información sobre los usos cotidianos de los espacios urbanos habitados por sectores populares. Ivonne Riaño examina el papel del espacio urbano en los procesos de conformación de la identidad social de los residentes de barrios populares de Quito, Ecuador (1994).

### 1.3. Sobre los conceptos de imágenes e imaginarios urbanos<sup>10</sup>.

He utilizado el concepto de *imágenes urbanas* y si bien he explicado como intervienen en su constitución las variables sociodemográficas de los actores, los usos sociales del espacio urbano, etc.; estimo necesario plantear de forma más amplia y rigurosa la discusión de las diversas definiciones del concepto, las formas como se ha utilizado y las ventajas y limitaciones que ofrece para la investigación.

#### 1.3.1 La imagen urbana como construcción mental.

**Imagen, percepción y representación** son conceptos familiares a una rama de la geografía representada desde hace mucho tiempo por Kevin Lynch y Antoine Bailly (Citado por Monnet, J. 1995:21). Dichos conceptos, según Monnet, se inscriben dentro de un proceso de relacionamiento del actor con su entorno urbano. Para comprender las posibilidades y resultados de la relación que conducirá a la construcción de las imágenes, resulta indispensable aclarar que la relación nunca se da de forma inmediata, está condicionada por canales y filtros que la mediatizan. Nuestra percepción del mundo sensible y del espacio que nos rodea no es el producto bruto de las informaciones recibidas por nuestros sentidos; el cerebro clasifica y estructura esas informaciones, las organiza en representaciones significantes (Ibíd).

Retomando a Brunet 1974b y Claval 1974b, Jérôme Monnet propone que:

*“Esta transformación de las informaciones sensitivas produce lo que llamaremos aquí la imagen, o sea, la construcción mental resultante de la percepción (sensible) de un espacio y de la calificación (intelectual) de esa percepción”* (1995: 21).

Por otra parte, considero igual que David Walmsley, que los actores urbanos no piensan las ciudades sólo en función de distancia y dirección, es decir, dónde se

---

<sup>10</sup> En este inciso retomo, en gran medida, la discusión y reflexiones que presento en el ensayo *“Imágenes e Imaginarios Urbanos: su utilización en los estudios de las ciudades*, publicado en la revista **Ciudades** No. 46, Ver Fuentes Gómez (2000).

localizan los servicios y espacios a dónde acudir. Las personas, más bien, construyen una *representación mental global del medio urbano* -que incluye distancia y dirección-, sobre los atributos que existen en varios lugares, junto con los sentimientos sobre aquellos lugares. A esta representación mental global sobre la ciudad generalmente se le denomina **imagen urbana** (Op. Cit: 36).

En sentido estricto la imagen es una representación de un objeto que puede ser llamada a la mente a través de la imaginación. Pero propongo que el término de imagen urbana significa mucho más que eso, porque denota las concepciones mentales estables y aprendidas que resumen las preferencias, evaluaciones y conocimientos del medio urbano de los actores. Coincido con Fay Brown en que necesitamos un diseño en nuestras mentes para poder discernir formas (1998: 2)<sup>1</sup>.

Coincido con los autores que proponen la imagen urbana como construcción mental sobre el entorno<sup>2</sup>. Y precisamente por ser construcción del cerebro la imagen nunca puede llegar a ser un reflejo exacto de la realidad interpretada. En este sentido pienso como Monnet que :

*“La imagen urbana es una representación tan íntima que no se transmite más que muy imperfectamente. Cada cual integra a su manera todas las representaciones de que ha tenido conocimiento para formarse su imagen de un lugar. Se trata de una totalidad intelectual y sensible que ningún medio permite comunicar en su riqueza espiritual y su complejidad afectiva ”*(Op. Cit.: 23).

David Walmsley propone un conjunto de cuestiones sobre la imagen que estimo importantes. Explica que como representación mental del medio real la imagen urbana

---

<sup>1</sup> Aunque esta antropóloga utiliza la propuesta para explicar la noción de *paisaje cultural*, considero que puede extrapolarse para la categoría de imagen urbana.

<sup>2</sup> La idea de representación mental para la comprensión del entorno no es nueva ni exclusiva de las disciplinas dedicadas al espacio, Fay Brown citando a Schama 1995, explica que el pintor René Magritte en 1938 planteó *“Vemos (el paisaje) como si existiera fuera de nosotros, cuando en verdad es una representación mental de lo que hemos experimentado por dentro”* (1998:1).

es: **Parcial** (no cubre la totalidad de la ciudad); **Simplificada** (omite una gran cantidad de información, incluso para aquellas áreas que sí considera); **Idiosincrásica** (en el sentido de que cada imagen urbana individual es única); y **Distorsionada** (se basa sobre nociones subjetivas, más que en direcciones y distancias reales). Agrega que la forma que adquiere una imagen urbana individual está influida por las habilidades perceptivas y cognitivas, valores, personalidad y cultura del actor involucrado. En términos simples, entonces, la imagen urbana resume la experiencia medioambiental total del actor. Sin embargo, a veces opera en una forma simbólica consciente (1988: 37).

La naturaleza parcial, simplificada y distorsionada se reconoce entre los estudiosos de la imagen urbana. La parcialidad, como vimos en páginas anteriores, puede explicarse por lo que se ha denominado **sesgo geográfico**, es decir, resulta de tomar una parte como representativa de la totalidad; la **simplificación** también se admite debido a que los actores urbanos no podrían registrar en sus imágenes sobre el espacio urbano todas las características de lo percibido. Y se acepta la cuestión de la **distorsión** por la acción combinada de los dos atributos anteriores y por la subjetividad.

En cambio, resulta pertinente detenernos brevemente en la cuestión de lo **idiosincrásico**. El diccionario de la Lengua Española, define idiosincrasia como: *“Índole del temperamento y carácter de cada individuo, por lo cual se distingue de los demás”*. Aceptar las imágenes como productos particulares de individuos específicos llevaría a las Ciencias Sociales a la imposibilidad de buscar y plantear regularidades o generalidades en las imágenes, éstas sólo podrían ser estudiadas a partir de las vertientes más tradicionales de la psicología.

Walmsley no explica el elemento de la naturaleza **desigual** de la imagen que considero pertinente. Los actores como resultado de su posicionamiento y sus experiencias particulares, pueden asignar atributos diferentes a ciertas partes del espacio urbano, ya sea a nivel de distritos o lugares, o incluso al interior de éstos.

Propongo que la creación de las imágenes se da a partir de un proceso bilateral entre observador y observado, en el que el primero se basa en la forma exterior -y no solamente en ésta- pero la manera como interpreta y organiza lo mirado y como orienta su atención, influye a su vez, en lo que ve o lo que quiere ver. En esta relación observador-observado los diferentes grupos sociales producen imágenes diversas y desiguales de la misma realidad.

### **1.3.2.La imagen urbana como construcción cultural.**

Si bien no puede negarse totalmente el factor subjetivo, y como veremos más adelante incluso el emotivo, aclaro que las imágenes son construcciones de actores urbanos que, aunque individuos, no están aislados, forman parte de unidades sociales amplias y complejas y comparten una cultura que se genera a lo largo del tiempo. Walmsley consciente de lo anterior matiza el sentido del concepto idiosincrásico al introducir el elemento cultural y precisa que en la imagen se da convergencia de lo individual y lo social.

*“La imagen es tanto un fenómeno individual (en el sentido de que resume la perspectiva individual del mundo y del sistema social en el cual el individuo opera) y un fenómeno cultural (en el que la gente en situaciones similares tiende a desarrollar imágenes similares como resultado de estar expuestas a experiencias y flujos de información semejantes (Walmsley, D. Op. Cit: 37).*

La cultura, como bien sabemos, es construcción social y compartida, une y separa a los grupos humanos y se transmite generacionalmente a través de complejos procesos de socialización y resocialización. Al explicar la imagen como fenómeno cultural podemos encontrar comportamientos comunes en sectores sociales relativamente homogéneos y evitar la investigación de hechos subjetivos de extrema singularidad.

Entre las percepciones sensibles comunes a toda la especie humana y la visión del mundo propia de cada individuo, perfectamente personal y estrictamente

subjetiva, encuentran sus lugares las imágenes compartidas por grupos definidos por su cultura. Así, toda percepción está condicionada culturalmente, ya que es en función de las escalas de valores y de las categorías de nuestra cultura como decodificamos un lenguaje sensible.

Entiendo la cultura como una trama, una red de símbolos y significados compartidos hasta cierto punto, por los miembros de un grupo. Los elementos de la cultura necesariamente tienen que ser compartidos, sino no permitirían la función de comunicación ni la formación de identidades entre los miembros de un grupo. Propongo que compartir información, signos y símbolos de las imágenes urbanas, permite a los individuos identificarse como miembros de un grupo, de un tiempo y un espacio.

En este sentido coincido con Todorov en que: *“El individuo no entra directamente en el mundo sino en una cultura, o sea en una interpretación del mundo, y por tanto en un orden”* (1989: 281), que le da su sentido (Citado por Monnet, J. Op. Cit: 22). Nunca percibimos un paisaje, producto visual de la percepción calificada del espacio, sino en el sentido que nuestra cultura le da, su “medianza”, agreste o artificial, bello o feo, rico o pobre son categorías culturales (Monnet, J. Op. Cit: 22).

Considero la imagen de un espacio como cultural en el sentido de que se forma dentro de un sistema de referencias y de valores comunes a un grupo. Investigaciones recientes han constatado esta situación al abordar el caso de la ciudad de México. Un ejemplo es la investigación de Jérôme Monnet sobre las imágenes del Centro Histórico de la Ciudad de México, el autor encontró que este espacio particular se encuentra imbuido de los valores asignados a los centros urbanos históricos por la cultura europea exportada a las Américas.

Por otro lado, el estudio de Patricia Safa (1998) sobre la construcción de las identidades vecinales en Coyoacán, muestra que existen imágenes compartidas sobre lo que los vecinos consideran importante para la preservación del *ambiente*

*coyoacanense*. Tales imágenes son resultado del tiempo que las personas han vivido en dicho lugar, así como de los usos y funciones atribuidos a ese sector de la capital mexicana.

En esta perspectiva comparto la propuesta de Monnet “*Sin una imagen culturalmente determinada ningún espacio tendría sentido ni, por tanto, función*”, que en mi opinión sintetiza claramente la realidad señalada (1995: 22).

En la construcción de las imágenes urbanas participa el referente cultural compartido -resultado de experiencias similares vividas en un mismo territorio-, situación que conduce a procesos de creación de significados semejantes sobre ciertos lugares: barrios, zonas o unidades más amplias como una ciudad. La cultura como construcción colectiva permite compartir significados y expresiones que hacen posible la comunicación y dan base a la formación de elementos de identidad entre los miembros del grupo. Así pues, a través de las imágenes compartidas, los actores se ubican en un espacio -tanto físico como social y simbólico-, relativo a sus similares y a los otros.

Dentro del referente cultural considero pertinente incluir los proyectos ideológicos de ciertos grupos sociales -generalmente los de mayores recursos económicos- sobre cómo son o deben ser determinados espacios urbanos. Proyectos que se expresan en sus imágenes sobre la ciudad y que tratan de imponer al resto de la población.

En su investigación sobre los imaginarios urbanos de la ciudad de Guadalajara, Renée de la Torre (1998) proporciona un buen ejemplo de la influencia de los proyectos ideológicos en la conformación de las imágenes urbanas compartidas por amplios sectores sociales de la capital tapatía. La autora explica cómo se negocia la heterogeneidad de identidades que buscan la conquista de los usos e imaginarios del espacio urbano, estudia la interacción de identidades reflejadas en los imaginarios a partir de las fronteras culturales que marcan los límites de las mismas.



La autora muestra como un soporte urbano, la Calzada Independencia, ha sido un referente físico-material para la construcción social de un modelo hegemónico de percibir y valorar la ciudad, a sus habitantes, sus costumbres y su moral. A través de ese referente se logró estructurar una imagen que divide la ciudad en dos sectores, el poniente como sector de la “*gente bien*”, bonita y educada; y el sector oriente como su opuesto: “*el peladaje*”, los pobres, feos e incultos. La Calzada, como frontera imaginaria, ha sido eje de la territorialización hegemónica de la identidad burguesa de la ciudad, que impone una forma de clasificación incluyente, excluyente de la adhesión localizada de la cultura y sus habitantes (Ibíd: 47).

Por otra parte, reconozco la importancia de las propuestas de investigadores sudamericanos que consideran que las posibilidades de las imágenes compartidas son tan grandes, que pueden llegar a ser homogenizadoras. De esta forma, vivencias y prácticas profundamente desiguales lograrían articularse dando lugar a representaciones de la vida metropolitana bastante homogéneas, o para decirlo mejor, homogenizadoras (Torres Ribeiro, A. 1996: 56).

Lo anterior llevaría a la elaboración de síntesis culturales de la vida colectiva que se denominan **imagen-síntesis**. Estas imágenes conformarían creencias y saberes, formalizando aquellos que, envueltos con el marketing moderno y con los medios masivos, procuran articular a las actividades económicas y sociales determinados elementos de consensos discursivos sobre la vida en espacios metropolitanos. Los ejemplos sobran: *Rio de Janeiro “capital cultural”*, *São Paulo “la ciudad que no puede parar”*. Naturalmente, la fijación de estas imágenes-síntesis ocurre por su uso insistente y múltiple y también por la centralidad de ambas metrópolis en la historia de Brasil (Ibíd).

Coincido con Torres Ribeiro en que la dimensión espacial y demográfica de las grandes metrópolis estimula la elaboración de las síntesis discursivas, que son imágenes reductoras de las complejidades del medio urbano. El estímulo resulta de las necesidades colectivas de orientaciones culturales que valoran la experiencia

vivida en contextos complejos y no está exenta de influencias políticas para construir determinada imagen-síntesis (Ibíd).

Cabe señalar que las imágenes-síntesis pueden ser también resultado de proyecciones asociadas a formas culturales estereotipadas y ampliamente compartidas. Así, por citar un ejemplo de la investigación de Silva, cuando los bogotanos ubican a Cali “*como la ciudad más linda de Colombia*”, mientras los paulistanos hacen lo propio con Río de Janeiro, el autor explica que esto obedece a la difusión de mitos eróticos desde ciudades feas y frías hacia ciudades cálidas y emocionantes. En ambos casos, advierte el autor, se trata de ciudades turísticas promovidas, asociadas en la publicidad al sexo y la mujer, por supuesto, sin desconocer sus bellezas naturales (1992: 103).

Con base en la discusión de los autores revisados propongo que las imágenes compartidas culturalmente podrían funcionar para diferentes propósitos: como un conjunto normativo para orientar las acciones e interacciones de los pobladores (Rapoport, A. 1982: 16), para regular el uso del territorio y las formas adecuadas de apropiarse de él (Hall, E. 1989). Y, en suma, para que las personas se puedan ubicar espacial y socialmente.

En el caso de las imágenes-síntesis comparto las ideas de Torres Riveiro de que existe la posibilidad de que su uso conduzca a la operacionalización de clasificaciones excluyentes o controladoras de comportamientos sociales (1996: 56).

### **1.3.3. Los Componentes de las Imágenes Urbanas.**

De acuerdo con Powell (1978) ha existido una falla muy extendida en reconocer la naturaleza compleja de una imagen y mucha resistencia para aceptar que las imágenes incluyen al menos 10 componentes que son los siguientes:

- Un componente espacial que resume las relaciones del individuo con el medio;

- un componente personal relacionado con los lazos individuales con otras personas y organizaciones;
- un componente temporal (que surge del hecho de que las imágenes cambian a lo largo del tiempo);
- un componente relacional que concierne a la tendencia de los individuos para captar el mundo como un sistema de regularidades;
- componentes conscientes, subconscientes e inconscientes que determinan la extensión en que la imagen opera bajo el nivel de conocimientos;
- una mezcla de certidumbre e incertidumbre en la cual se conoce el mundo;
- una mezcla de realidad e irrealidad (ya que una imagen puede estar basada en imaginaciones, así como en la experiencia);
- componentes públicos y privados relacionados con el hecho de que hasta que punto se comparte la imagen;
- un componente valorativo que evalúa qué partes de la imagen son buenas, malas o indiferentes; y finalmente ...
- un componente afectivo por el cual la imagen es imbuida con los sentimientos (Citado en Walmsley, D. Op. Cit: 37).

Este concepto de la imagen probablemente ha sido adoptado con mayor entusiasmo en la geografía histórica, donde se ha utilizado con algún beneficio para interpretar las percepciones cambiantes de los colonizadores del Nuevo Mundo sobre los territorios conquistados. En cambio, es menos reciente su empleo para estudiar el medio urbano actual; además, la investigación se ha centrado en el componente espacial de la imagen, más que en la imagen como un todo. Esto resulta comprensible en virtud de que el componente espacial es quizá el elemento más importante de una imagen y resulta mucho más accesible, a través de técnicas de elaboración de mapas, que los otros componentes.

Así, durante algún tiempo el componente espacial de las imágenes urbanas fue usualmente estudiado a través de la técnica de solicitar a los individuos que dibujaran croquis de mapas de la ciudad como la veían. El producto final de estos ejercicios generalmente se conoce como **mapa mental** o **mapa cognitivo**. El mapa mental refiere el proceso que permite a la gente adquirir, codificar, almacenar, recordar y manipular información de la naturaleza de su medio espacial (Walmsley, D. Op. Cit: 37).

El componente de realidad e irrealidad ha sido poco desarrollado en las investigaciones sobre las imágenes urbanas. Uno de los pioneros en proponerlo es Gastón Bachelard, en uno de sus trabajos explica:

*“Pensaba que debería estudiar las imágenes como tenía el hábito de estudiar las ideas científicas, tan objetivamente como fuera posible. No percibía cuán paradójico resulta estudiar “objetivamente” los impulsos de la imaginación que vienen a colocar lo inesperado hasta dentro del lenguaje”* (Citado por Alezarrd, E: 156).

Según Bachelard las imágenes provocan la imaginación, son acontecimientos objetivos. La imagen debe ser aprendida en ella misma, en lo que es irreductible a cualquier instancia o discurso, sólo que la imagen es un lenguaje que se resume en ella misma y a través de ella podemos estudiar la imaginación. Cuestiona la imaginación como una simple facultad de representación o copia de los objetos y se rebela contra la tradición que no valoriza la imaginación y que no da importancia a la naturaleza de la verdadera imagen (Ibíd).

Para Bachelard la imagen es un desafío, una provocación, una invitación, que va más allá de la simple apariencia captada por la vista. Por eso agrega un nuevo elemento para entenderla: la imaginación, distinguiendo entre imaginación formal e imaginación material. Aunque no existe posibilidad de separación completa entre las dos advierte que la primera da vida a la causa formal y la segunda a la causa material. La primera está determinada por el formalismo y la abstracción, considera el

conocimiento como legítimo cuando es extensión de la óptica, implica una contemplación pasiva, donde el hombre es un simple observador. La imaginación material, al contrario, proviene del contacto con un cuerpo operante, no es contemplativa, se enfrenta con la materialidad del mundo y sus elementos (Ibíd: 157).

Al considerar el elemento de la imaginación en la constitución de la imagen Bachelard logra explicar que la imagen urbana es, por tanto, resultado de una actividad del individuo y por ello subjetiva. Su preocupación es entonces comprender la subjetividad y para ello propone el **devaneo** como instrumento de conocimiento y la fenomenología de la imaginación como el método que permite rescatar la subjetividad de la imagen.

El devaneo -relacionado comúnmente con sueño o fantasía-, es considerado por Bachelard como: *“actividad del hombre que le permite imaginar y romper con el concreto real, instaurando otra realidad”*. A través del devaneo se manifiesta la imaginación como una actividad creadora *“una forma de soñar conscientemente”*. En el devaneo, el soñador se deja llevar por la imagen observada consiguiendo que surjan otras imágenes, en esa mezcla de realidad e irrealidad señalada por Walmsley.

Regresando a los componentes de la imagen urbana propuestos por Powell, los relacionados con certidumbre e incertidumbre y el afectivo que involucra los sentimientos del actor, están presentes en el planteamiento bachelardiano del concepto de **imagen poética**. A través de la imaginación poética lo vivido puede ser revivido en la imaginación, consiguiendo así inmortalizar un fragmento del tiempo.

La imagen poética está siempre presente y eterniza los momentos de placer del individuo con la ciudad, porque son imágenes que seducen sin ser elementos de seducción, revelando el encantamiento de una ciudad. Por carecer de pasado y romper con la noción de causalidad, las causas de la imagen poética están en la propia imagen y sólo se puede comprenderlas -bachelardianamente hablando- a través de la fenomenología de la imaginación. Ellas no están sometidas a ningún impulso y

poseen un discurso propio, porque se bastan a sí mismas, son independientes (Alezzard, E. Op. Cit: 162).

La afectividad -según Bachelard- hace que *“los espacios amados no siempre quieran permanecer fechados, se desdoblan, se transportan hacia otros lugares, hacia otros tiempos, hacia planos diferentes de sueños y recuerdos”* (Citado por Alezzard, E. Op. Cit: 162).

Considero relevantes las ideas de Bachelard y particularmente su noción de afectividad. La afectividad que algunos pobladores logran establecer con espacios a diferentes escalas: barrios, zonas e incluso con su ciudad, cuando las dimensiones de ésta lo permiten, conduce al arraigo. Considero que en el arraigo se manifiesta con claridad la estrecha relación de actores, prácticas en el espacio, conformación de identidades e imágenes e imaginarios urbanos.

Creo como Katia Mandoki (1998) que debemos dejar de considerar el arraigo como mera cuestión trivial y nimia y estudiarla como un asunto que podría servir para comprender cuestiones tales como la convivencia a escala masiva -incluso del tamaño de la Ciudad de México- y revestirlas de un carácter vivo y concreto.

Concuerdo con esta autora en ver el arraigo como un problema semiosósico y estético. Semiosósico porque depende de la significación y el sentido que otorgamos a las personas, lugares y prácticas cotidianas. Y estético porque está vinculado al modo como percibimos nuestra realidad en términos sensibles (Op. Cit: 198). *“Así pues, que el arraigo concierna a la estética se debe a su dimensión vivencial y sensorial; que concierna a la semiosis es el resultado de su formación desde procesos de significación del hábitat y de la sociedad”* (Ibíd: 1989).

Así, creo que puede explicarse por qué cuando algunas personas tienen profundos sentimientos de apego a los barrios donde viven gran parte de su vida, donde logran encontrar un significado positivo que les lleva establecer plena identificación con dicho espacio, lo transforman en *lugar*. Si estas personas se ven en la necesidad de mudarse sus imágenes urbanas asociadas a éste puede permanecer

con pocas modificaciones, a pesar de que sepan que ya no tiene las mismas características y funciones. En su imaginación han construido *imágenes poéticas* y su memoria les hace difícil aceptar que sus imágenes ya no coinciden con lo real.

Por ello, la imagen de una ciudad no se define sólo por lo que se ve, ya que en ella pueden estar contenidos recuerdos y significados particulares y de los grupos. El proceso de significación de la imagen es complejo: depende de los diferentes repertorios de los usuarios urbanos, porque la ciudad es también una suma de experiencias individuales, siendo su lectura muchas veces contradictoria. La lectura no es objetiva porque existen momentos de subjetividad, ya que se viven las imágenes de una ciudad dándoles siempre una interpretación particular. Una imagen puede despertar un sentimiento de agrado o de desagrado que va a depender de la relación de los moradores con el lugar (Alezzard, E. Op. Cit: 163).

#### **1.3.4. La relación imágenes e imaginarios urbanos.**

Si el concepto de imagen urbana, aunque de diferentes formas, viene utilizándose desde hace ya algún tiempo en investigaciones de arquitectos, geógrafos, psicólogos, historiadores y antropólogos; el concepto de imaginarios tiene menor antigüedad y ha sido abordado especialmente por antropólogos, sociólogos y comunicólogos.

Uno de los primeros antropólogos en interesarse en el estudio de los imaginarios es Gilbert Durand, quien los define “... *como el conjunto de imágenes que constituyen el capital pensado del ser humano. Se trata del gran denominador fundamental donde se sitúan todos los procesos del pensamiento* (1981:11). Este capital pensado o repertorio de imágenes constituye un elemento determinante en las relaciones que entablan los actores con otros actores y con el espacio urbano. Esta perspectiva no sólo reivindica el imaginario de los intentos de la psicología clásica de presentarlo como reducción memorística, falseadora, ideal o errática de la realidad, sino que lo coloca en un lugar privilegiado, en cuanto resultado,

mediación y construcción -o más bien representación- de la realidad (Niño S., N. Lugo. Op. Cit: 4).

El antropólogo mexicano Raúl Nieto plantea un conjunto de reflexiones que considero interesantes para entender el concepto de imaginarios urbanos. Para este autor:

*“El imaginario urbano constituye una dimensión por medio de la cual los distintos habitantes de una ciudad representan, significan y dan sentido a sus distintas prácticas cotidianas en el acto de habitar, constituye una dimensión en la que se establecen distintas identidades, pero también se reconocen diferencias”* (Nieto, R. 1998: 125).

Representación, significado y sentido, por tanto, son conceptos presentes en la construcción de los imaginarios. La cuestión del sentido referido a los espacios y lugares ha dado lugar a una amplia literatura, algunos estudiosos lo reconocen como el *sense of place*, y otros proponen la noción del *locus* Aldo Rossi, 1971; *genius loci*, Norberg-Schülz, 1980 (Citados por Mandoki, K. Op. Cit)<sup>13</sup>.

Hay, sin embargo, varias objeciones al concepto de sentido como lo proponen estos autores. Pienso como Mandoki que Rossi, *“nunca logra probar un sentido del orden urbano, su propuesta de locus permanece como una entelequia mistificada de evocaciones pintorescas más que de significado propio al habitante de cada lugar* (1998: 199).

Comparto la opinión de Mandoki que la propuesta del *locus*, de arquitectos como Rossi o Lynch, enfrenta el problema de la diversidad de quienes lo interpretan, éstos son pobladores con orígenes sociales, horizontes de expectativas

---

<sup>13</sup> Para Rossi el *locus* sería lo que da sentido propio a un lugar, el espíritu de una época o el alma de un pueblo (Citado en Mandoki, K. 1998: 199-200). Schülz lo entiende como el espíritu del lugar, lo que lo caracteriza. Dichos sitios serían totalidades humano-ambientales que se mantienen como tales aunque ocurran nuevas generaciones y diversos eventos a lo largo del tiempo. Por tanto, aseguran que trascienda su carácter peculiar más allá de la conducta particular de los pobladores, quienes lo habitan en un momento histórico particular (Citado en Walmsley. D. 68).



y experiencias múltiples (Ibíd). Coincido con esta autora en su crítica a Rossi en que el sentido del lugar no está dado por el propio lugar, sino por las representaciones que le atribuyen los pobladores a los sitios. Es decir, por las imágenes y los imaginarios que elaboran sobre lugares con atributos y significados particulares -históricos y determinados por la cultura-. Sin soslayar el posicionamiento del actor en el sistema social y cultural.

Además, en el caso de aceptar la existencia de espacios con atributos de *locus o genio loci*, éste no emana como resultado del espíritu del lugar, como si tuviera voluntad propia, fuera de sus usuarios. Por el contrario ese espíritu es producto de la construcción histórica y cambiante de los actores. Por tanto, está formado por sus imágenes e imaginarios, constituidos por el conjunto de representaciones y significados atribuidos a los lugares.

La representación y el significado aluden al campo de lo simbólico, mientras el signo designa con precisión un objeto particular al que ningún otro puede sustituir, el símbolo se caracteriza por la polisemia -es decir, varios significados-, su equivocidad, su ambivalencia y su riqueza prácticamente inagotable. Exige cierta densidad semántica, o como dice Lévi-Strauss:

*“Una ración suplementaria de significaciones, absolutamente irreductible a la transparencia y a la positividad del concepto, y suscita una actividad, la interpretación”* (Citado por Monnet, J. Op. Cit 210).

Cabe advertir, siguiendo a Mandoki, que la mayoría de los espacios urbanos son neutros simbólicamente, puesto que si todos fueran espacios simbólicos, se perdería el sentido mismo de lo simbólico. Mientras todos los espacios conocidos están, por ello mismo, semiotizados (conocer es semiotizar), no todos están simbolizados (Op. Cit: 201).

Un espacio se carga simbólicamente desde lo que está ausente en todos los demás, no por oposición, como en la significación semiótica, sino por concentración o implosión de sentido. En contraparte, todos los espacios urbanos

sin excepción poseen un valor semiótico, donde las denominaciones dependen precisamente de la existencia de sus equivalencias y diferencias relativas (Mandoki, K. 1998: 201).

Concibo lo simbólico en el ámbito urbano estrechamente vinculado a la cultura, ésta se manifiesta en las imágenes y los imaginarios. La cultura es una construcción social compartida, pero como ya señalé, esto no quiere decir que lo sea en la misma medida por todos los actores que se ubican en un espacio y tiempo determinado, ya sea a escala reducida como un barrio o a un nivel más amplio como la ciudad.

La ciudad capitalista es una institución compleja y heterogénea, por tanto, resulta lógico que haya grupos sociales diversos: hombres y mujeres, jóvenes, ancianos, inmigrados, etc. que presenten diferencias en cuanto a sus representaciones y significados sobre la ciudad. Por ello, aunque los imaginarios son construcciones sociales compartidas, hay varios imaginarios de acuerdo a los grupos sociales que los construyen. Utilizar el plural para referirme a ellos no es sólo una cuestión de semántica.

Entiendo el imaginario -siguiendo a Nieto- constituido por un conjunto de prácticas sociales en las que es posible distinguir los distintos registros, marcas, procesos subjetivos, individuales, pero que -no por ello- dejan de ser compartidos con otros miembros de la sociedad urbana. En el imaginario se establecen los mecanismos de identidad y pertenencia urbanas, pero además de la alteridad se reproduce la diferenciación, la distinción y la segregación social (Nieto, R. Op. Cit: 125).

Coincido con este autor en que la ciudad se carga subjetivamente de significaciones, sentimientos, proyectos de vida individuales, familiares y grupales, donde la biografía cobra sentido en una historia colectiva. Remite, pues, al problema de distintos sentidos de la existencia (Ibíd: 125).

En este sentido propongo entender los imaginarios como construcciones socioculturales que elaboran los actores con base en sus percepciones y experiencias vividas. Coincido con Saldarriaga Rivadeneyra y Jaramillo, en que los imaginarios son planos de referencias en el que se localizan los lugares conocidos y los puntos focales de su cotidianeidad. Una memoria hecha de muchas memorias, que permite a los actores ir y venir, buscar y encontrar, recordar e imaginar su ciudad y, por extrapolación, muchas otras ciudades (1998: 44).

Indagar y reconocer los imaginarios urbanos, puede ayudar a comprender el funcionamiento de las estructuras profundas que organizan el funcionamiento de la sociedad de un territorio o región. A través de ellos los diversos grupos sociales expresan clara o veladamente sus deseos o aspiraciones, las diferencias sociales, sus ansiedades y temores, sus proyectos de cómo debe ser el espacio y la vida urbana.

Creo como Silva que la elaboración de los imaginarios no es una cuestión caprichosa, obedece a reglas y formaciones discursivas y sociales muy profundas de honda manifestación cultural (1992: 94). En este sentido, pueden estar influidos por procesos históricos de larga duración (Braudel F. 1990), que se reflejan en relaciones sociales desplegadas en el espacio urbano. Por esto para comprender su lógica, en muchos casos, es necesario conocer el contexto histórico que les ha dado lugar.

Pero los imaginarios no son de naturaleza inmutable, como construcciones culturales se modifican como consecuencia de los cambios que ocurren en la sociedad y, especialmente, en los relativos a la organización y funcionamiento del espacio urbano que producen nuevas formas de relacionarse con el, de habitarlo y apropiarlo.

El aprendizaje de las estructuras imaginarias constituye un acto de aprehensión donde se incorpora al bagaje individual un capital de cargas simbólicas con que han sido investidos distintos lugares públicos y privados, lejanos y cercanos, familiares y extraños en la ciudad: las calles y avenidas, las plazas, los parques, los cines, los

café, las loncherías, las estaciones del metro (Augé, 1987), las misceláneas y centros comerciales, etc. (Nieto, R. 1998: 125).

Ese bagaje que nutre a los imaginarios califica a los espacios como inseguros, sucios, agradables, divertidos, monótonos, opulentos, miserables, etc. y a sus pobladores como decentes, indecentes, amables, peligrosos, bullangueros o aburridos. La representación que se tiene a través de los imaginarios influye en la forma como los portadores de ellos se relacionan o dejan de relacionarse con espacios y lugares.

Estos conocimientos y elaboraciones forman parte de un capital simbólico colectivo que se adquiere por el acto de nacer y/o vivir en esta ciudad, de la que se habla en la casa (cuya primera experiencia se adquiere bajo el rostro de la calle y barrio familiares); en los distintos recorridos que se hacen del vecindario, primero, y más tarde de la ciudad (Ibíd).

Si los imaginarios se construyen de las múltiples experiencias de habitar la ciudad, entonces, las formas concretas de experimentarla se deben reflejar en ellos. Por esto si las experiencias son positivas o placenteras producirán imaginarios gratos y agradables, por ejemplo, los asociados al disfrute de la belleza de edificios, parques, acontecimientos, etc. Pero no debemos caer en el romanticismo de asociarlos solamente con este tipo de experiencias, los imaginarios expresan la organización y funcionamiento de las ciudades y pueden considerarse como cajas de resonancia de los problemas y conflictos que afectan y preocupan a los pobladores en sus usos de la ciudad.

Silva advertía la existencia de imaginarios relacionados con la violencia e inseguridad para los casos de São Paulo y Bogotá, por los cuales los pobladores de altos ingresos desarrollan estrategias de protección como las “villas cercadas” con sistemas de vigilancia, dando lugar a la formación de “*castillos y laberintos*” como formaciones territoriales; a éstos Mandoki los denomina *imaginarios maléficos*.

La autora explica que en la capital mexicana prevalece un conjunto de imágenes muy concretas y muy bien delineadas que no podrían denominarse de otro

modo que imaginarios maléficos. El extenso catalogo de ellos incluye: Zonas urbanas particularmente peligrosas (la Buenos Aires, la Doctores, antes la Guerrero); la figura del delincuente que ya mata por inercia, la fantasmagoría chilanga del *Microbús Asesino*, las *manifestaciones estranguladores*, las *filas sempiternas*, Los *periféricos estacionarios*”, y los *ambulantes invasores*, entre otros. Todos ellos en conjunto constituyen parte del imaginario urbano de la zona metropolitana en sus aspectos maléficos, para cada clase socioeconómica y destacan por su reiteración en los medios masivos y pláticas cotidianas: verdaderos imaginarios de violencia urbana que expresan la tensión entre clases sociales (1988: 209).

Las consecuencias sociales de la presencia de los imaginarios no son para nada irrelevantes para los actores urbanos. Cuando son placenteros son forjadores del arraigo y otorgan un sentido de seguridad, identidad, y pertenencia, pero cuando son negativos sus efectos van en sentido opuesto (Op. Cit: 212).

Los imaginarios tienen, como es evidente, una relación con lo concreto, pero no se construye exclusivamente con ello. Como ya indiqué también se integran por lo simbólico. Siguiendo a Cornelius Castoriadis:

*“Toda institución -y una ciudad es una institución- es una red simbólica, socialmente sancionada, donde se combinan en proporciones y relaciones variables un componente funcional y uno imaginario”*(1982).

Así, considero que los imaginarios urbanos se conforman por el conjunto de las imágenes de los pobladores de una ciudad o de quienes la visitan, asociadas al paisaje, topografía, los lugares, edificios, zonas, tipos de individuos que viven en ellos, soportes públicos como parques, mercados, centros comerciales, etc; pero también sobre acontecimientos: fiestas, ferias, carnavales, espectáculos culturales masivos, etc.

Si bien los imaginarios se nutren fundamentalmente de la cotidianidad de vastos sectores sociales, fundada sobre su experiencia urbana, también se alimentan de las

múltiples propuestas religiosas, políticas y derivadas de prácticas profesionales que influyen directamente en lo urbano, como las de arquitectos, urbanistas, planificadores, periodistas, sociólogos, antropólogos, comunicólogos y profesionales de la imagen, músicos, poetas y escritores (Torres Ribeiro, M. 1996: 55).

En este sentido concuerdo con Brunet quien plantea que:

*“... siempre hay un chamán, un sacerdote, un profesor, un artista, o un promotor para canalizar, producir, reproducir o imponer las representaciones” que inspiran las decisiones* (Citado por Monnet, J.1992: 165).

La información que de manera profusa ofrece la prensa tiene un papel fundamental en la construcción de los imaginarios sobre la ciudad, sobre todo en contextos metropolitanos muy complejo. Aguilar acertadamente explica que la experiencia cotidiana de los habitantes de la ciudad es fragmentaria y limitada (sólo se recorre o conoce al día o semana, una parte mínima de la ciudad). En cambio, la prensa proporciona información sobre lo metropolitano que sería difícil de obtener sin acceso a medios masivos de comunicación, incluidos radio y televisión. La prensa recuerda al lector que transita por un conjunto reducido de espacios, que entre éstos y los no visitados hay una ciudad y proporciona el material para imaginarla y valorarla (1998: 86).

Las imágenes ofrecidas por la prensa no siempre están exentas de una mirada sesgada sobre lo que se considera relevante de la ciudad y la vida urbana y es, por tanto, digno de difusión, en detrimento de los hechos o lugares que escasamente son tomados en cuenta. Contribuyen así a fijar estereotipos en los imaginarios sociales de los lectores. Con ello se confirma que, tanto las experiencias, como la ideología de los autores nutren las descripciones y representaciones del espacio urbano.

Todo lo anterior constituye pues el bagaje cultural asociado a la ciudad y lo urbano propuesto por Durand (1981) y Nieto (1998), que se enmarca dentro de estructuras culturales profundas de las que nadie escapa, sobre las cuales se

moldean los gestos y las palabras de todos, haciendo que sea cual fuere la parte de la experiencia individual de los lugares, está influida, sino es que sumergida, por el imaginario social (Monnet, J. Op. Cit).

El concepto de imaginarios urbanos involucra todas las representaciones sobre la ciudad que sus habitantes construyen socialmente y que son patrimonio de su cultura, su tradición y su memoria. Como acertadamente resume Silva:

*“Una ciudad, entonces, desde el punto de vista de la construcción imaginaria de lo que representa, debe responder al menos, por unas condiciones físicas naturales y físicas construidas; por unos usos sociales; por unas modalidades de expresión; por un tipo especial de ciudadanos en relación con las de otros contextos nacionales, continentales o internacionales; una ciudad hace una mentalidad que le es propia”* (1992: 18).

Pienso como Silva que lo imaginario afecta, filtra y modela nuestra percepción de la vida y tiene gran impacto en la elaboración de los relatos de la cotidianidad (Op. Cit: 94). Las relaciones de lo imaginario con lo simbólico en la ciudad se dan como principio fundamental en su percepción, lo imaginario utiliza lo simbólico para manifestarse y cuando la fantasía ciudadana hace efecto en un simbolismo concreto como el rumor, el chiste, el nombre de un almacén, o la marca de un lugar como sitio territorial, entonces lo urbano se hace presente, como la imagen de una forma de ser (Ibíd: 98).

Coincido con Nieto en entender los imaginarios urbanos como: *“construcciones sociales e históricas, que llevan a la creación continua e indeterminada de figuras, formas e imágenes de la ciudad. A través de ellos se busca aprehender y comprender las características y atributos reales o irreales de la ciudad y la vida urbana. En suma, los imaginarios podemos considerarlos como gnoseología urbana del ser y estar, del habitar y trabajar, e implican conocimiento de la ciudad, de las distintas marcas de la ciudad”* (Op. Cit: 127).

He intentado mostrar la estrecha relación entre imágenes e imaginarios urbanos. Propongo que la ciudad y la vida urbana se construyen en el imaginario del actor en forma de imágenes, a través de la imaginación éstas pasan a conformar el acervo de los imaginarios de los individuos y grupos. La ciudad para el actor adquiere sentido en virtud de la posibilidad de explicársela por medio de las imágenes.

Las relaciones entre las imágenes urbanas y la ciudad como espacio físico y social de donde emergen, forman parte de un proceso por el cual se retroalimentan cotidianamente. O, como ha señalado el etnólogo Marc Augé:

*“La ciudad existe por el ámbito imaginario suscitado por ella y que retorna a ella, ese ámbito alimentado por la ciudad y del cual ella se nutre, al cual da nacimiento y que la hace renacer a cada instante. Y la evolución de ese ámbito imaginario nos interesa porque atañe, por un lado a la ciudad (a sus permanencias y a sus cambios) y por otro lado a nuestra relación con la imagen, una relación que también se mueve y cambia, así como se mueve la ciudad, y más ampliamente la sociedad”*(1998: 11).

Con todo lo ya señalado considero los imaginarios urbanos como construcciones sociales complejas que involucran componentes de índole histórica, afectiva, valorativa, espacial, relacional, cultural, etc. En su elaboración intervienen:

1. Actores que si bien son individuos, forman parte de grupos o colectividades que comparten características sociodemográficas y socioculturales.
2. Los actores a través de sus prácticas sociales cotidianas en los diferentes espacios de la ciudad, los perciben y representan de diversas formas, determinadas por sus valores culturales.
3. Las relaciones entre los actores, espacios urbanos y diversos agentes externos, permiten la construcción de imágenes de arraigo o desarraigo sobre los lugares.



4. Las imágenes urbanas se conforman través de la dimensión temporal y son, por tanto, históricas y cambiantes.

De forma esquemática propongo que los imaginarios urbanos se construyen a través de un proceso que se presentaría de la siguiente forma: **actores que actúan en el espacio urbano, a lo largo del tiempo y lo representan como lenguajes o imágenes a través de su posicionamiento en el sistema social y sus valores culturales.**

No debemos olvidar que las prácticas sociales de los actores urbanos que dan lugar a formas de apropiación de su ciudad, se llevan a cabo en un espacio físico y social que posee una organización espacial particular. Dicha configuración urbana, como territorio objetivado, tiene el poder de inducir o estimular, restringir o limitar las formas concretas de utilizar la ciudad, de las prácticas urbanas que allí se desarrollan.

La ciudad de Mérida, Yucatán tiene una estructura urbana resultado de procesos económicos, políticos, sociales y demográficos que la han conformado a lo largo de la historia. A través de variadas prácticas sociales los meridianos la utilizan como realidad física y material; pero también la representan en un incesante proceso de construcción cultural y simbólica. Por ello necesitamos conocer, por un lado, los factores, históricos, económicos, demográficos y las políticas urbanas que la han conformado, y por otro lado, las características que presenta la estructura urbana de la capital yucateca. En el siguiente capítulo presento esta información.

## Capítulo II

### **La estructura urbana de Mérida: desarrollo y evolución reciente, distritos y desplazamientos**

#### **II.1. Panorama general sobre la organización y funcionamiento de Mérida, 1900-1970.**

El siglo XX se inicia en Yucatán con un inusitado auge de la producción henequenera que propicia la concentración de las actividades en la capital del estado y un fuerte incremento de la población, incluyendo inmigrantes de otros estados de México y del extranjero. A principios del siglo Mérida tenía 50,000 habitantes y monopolizaba la actividad industrial, comercial y financiera y la infraestructura de vivienda, salud, educación, etc. (Fuentes Gómez, J. 1990: 50).

La ciudad del siglo XX se va conformando a través de la expansión hacia lo que constituía su primera periferia: los espacios adyacentes a sus antiguos barrios centrales: Santiago, Santa Lucía, Santa Ana, Mejorada, San Cristóbal, San Juan y San Sebastián. Para 1904 a éstos se agregan nuevas colonias: en el norte Itzimná, destinada a familias de altos ingresos; al oriente Chuminópolis, para familias proletarias; y al noroeste San Cosme para sectores medios.

Durante la primera década del siglo XX la expansión de la ciudad, en dirección poniente, llegaba hasta la avenida Itzáes, ubicada a 1.5 kms. de distancia de la Plaza Principal. Esta avenida en su confluencia con las calles 59 y 59a cambió radicalmente con la construcción de un conjunto de equipamientos y servicios en materia de recreación (el parque zoológico del Centenario, inaugurado en 1910), de reclusión de delincuentes (la penitenciaría Juárez), de salud (el Hospital Ayala, para

enfermos mentales, y el hospital O'horan). Este conjunto transformó las características y funciones de la calle 59, ocupada por familias pudientes que construyeron hermosas mansiones en ella, de las que aún quedan ejemplos.

La riqueza generada por la bonanza henequenera impactó en la estructura urbana a través de la construcción y mejoramiento de viviendas en diversas partes de la ciudad, pavimentación de vialidades y construcción de diversos servicios. Barrios como el de La Mejorada modificaron notablemente su fisonomía. En las arterias que circundan el parque de este barrio todavía quedan algunas de las mansiones -similares a las de la Colonia Roma de la Ciudad de México- construidas por las familias burguesas yucatecas.

Por otra parte, diversos factores contribuyeron a la expansión de la ciudad y la modificación de su estructura: 1) El incremento de la población urbana, 2) la dinámica de las actividades económicas asentadas en la zona central y los centros de los barrios, y 3) la paulatina mecanización del transporte público, que redujo las distancias y agilizó los desplazamientos. Éstos motivaron a parte de las familias de mayores ingresos, al abandono de la zona central como lugar de vivienda y la construcción de un nuevo esquema de desarrollo urbano de carácter lineal inspirado en modelos europeos: El Paseo de Montejo. Con éste se dota a la ciudad de un eje longitudinal de crecimiento en la parte norte, donde se empiezan a construir colonias destinadas a familias de mayores recursos económicos, mismas que serían dotadas con infraestructura y servicios adecuados<sup>1</sup>.

El Paseo de Montejo transforma una parte de la ciudad en sus usos, costumbres e imagen urbanas: de la interioridad y recato, calles estrechas y casas contiguas, construidas durante el periodo colonial; se pasa a exhibir públicamente los gustos, costumbres y rangos sociales mediante una arquitectura lucidora y hasta extravagante (Peraza Guzmán, M. 1997: 36).

---

<sup>1</sup> El movimiento de estas familias hacia el norte, siguiendo el Paseo de Montejo, en cierta medida, coincide con las propuestas de la teoría de los sectores de Hoyt (Cantral, R. 1975: 60).

La fisonomía urbana presenta así una imagen e identidad diferentes a los ámbitos antiguos, donde la constante es un derroche en el uso del suelo urbano, la construcción de amplios jardines delanteros, las casas separadas entre sí, una mayor anchura de las calles. Con ello parte de la ciudad adquiere nuevos ambientes y condiciones acompañados de nuevos modos de vida social más individualizados, más introvertidos, y más especializados (Peraza Guzmán, Op. Cit: 41).

Considero que la construcción del Paseo de Montejo sentó las bases para los procesos de segregación urbana en dirección norte sur, que posteriormente se reforzarán con otras acciones apoyadas por las autoridades<sup>2</sup>. Así, de forma paulatina e irreversible, se incrementa el *zoning*, determinando la localización de los pobladores en el espacio urbano, de acuerdo a su nivel socioeconómico.

El sur principalmente y en menor medida el poniente y oriente, desde principios de este siglo son consideradas zonas destinadas a pobladores de menores recursos. En la zona sur se amplían los barrios de San Cristóbal y San Sebastián y posteriormente surgirán colonias proletarias colindantes. Debido a sus características socioeconómicas, las autoridades municipales instalaron en esa porción los equipamientos generadores de fuentes de contaminación: el rastro público, cementerios, basurero e industrias que no eran aceptadas en otras partes de la ciudad.

La tendencia hacia la segregación de las colonias ubicadas en el norte se incrementa, creando su propia infraestructura y servicios a lo largo de amplias y hermosas avenidas como la Colón, Reforma y más adelante la Pérez Ponce. Éstas conectaron otras zonas residenciales de "suburbio", destinadas a estratos medios y altos como la García Ginerés con Santa Ana e Itzimná. Y posteriormente

---

<sup>2</sup> Al respecto Peraza Guzmán y Chico Ponce de León, explican que: "... los valores catastrales actualizados durante la administración porfirista de Olegario Molina, y el comportamiento de la oferta y la demanda del suelo, determinan las características del asentamiento y la homogeneidad social que en adelante empezará a dividir (la ciudad) en sectores y zonas ya no concéntricos, sino apartados, según la ubicación geográfica" (1993: 139).

permitirían la comunicación con colonias de pobladores de menores recursos, ubicadas en el noreste con el noroeste.

Entre las colonias y repartos que aparecieron como resultado de la acción de los fraccionadores entre 1938 y 1949 se encontraron: al norte: la colonia México, Carrillo Puerto, Miguel Alemán, e Industrial; al oriente, Casa Mata, Cortés Sarmiento, Chichén Itzá y Azcorra; al sur, Santa Rosa, Mercedes Barrera, Castilla Cámara, El Reparto San Isidro y Sambulá; y al poniente, La Reja, San Lorenzo, Bojórquez, Roma y Pensiones (Ibíd: 174).

Algunas de estas nuevas colonias repitieron en su interior la organización espacial prevaleciente en la urbanización colonial: calles ortogonales con centro de colonia destinadas a espacios y equipamientos colectivos. Sin embargo, otros desarrollos y fraccionamientos empezaron a tener poca o nula relación con el espacio urbano anterior respecto a la traza y a los servicios.

Algunas investigaciones plantean que la ciudad se organizaba en torno a los tradicionales barrios. Con la derrama de recursos producida por la actividad henequenera, los barrios se dotaron de escuelas, parques, mercados, tiendas de abarrotes, farmacias, cines, teatros, cafés. Esto les permitía gozar de cierta independencia del centro y el desarrollo de una dinámica sociocultural de relativa autonomía (Pérez Medina, S 1994: 3). Peraza Guzmán, y Chico Ponce de León coinciden con esta idea y afirman que las zonas centrales de los barrios tenían un papel transicional que *"les reditúa en su mismo desarrollo, adquiriendo el carácter de auténticos subcentros urbanos"* (1993: 141).

En efecto, la infraestructura de los barrios -principalmente la comercial- aumentó en calidad y cantidad, pero considero necesario matizar un poco sus funciones en la estructura urbana de ese tiempo. Los equipamientos más importantes no se trasladan hacia ellos y el núcleo central continuó fungiendo como nodo principal de servicios para toda la ciudad. Así, considero que durante los años treinta y cuarenta, la zona central constituía el principal núcleo de los desplazamientos de la población urbana. Concentraba la mayor oferta

educativa en todos sus niveles; las principales actividades comerciales, financieras, de abasto, de gobierno e incluso de diversión: cines, teatros, cantinas, restaurantes, etc. Los barrios circundantes también tenían equipamiento y servicios adecuados y eran asiento de pequeñas fábricas de la industria cordelera, alimenticia y talleres.

Para estas décadas la articulación y comunicación de las diversas partes de la ciudad se realizaba a través de la ampliación de las antiguas calles del núcleo central, que en forma radial, se expandían a su periferia. Tres arterias atravesaban en dirección oriente-poniente la mayor parte de la ciudad y funcionaban como ejes articuladores principales: la 59, 65 y 69. En dirección norte sur cumplían esta función las calles 50, 60 y 62. Todas éstas al atravesar la zona central estaban ocupadas por gran diversidad de establecimientos comerciales y en ellas circulaban las principales rutas de transporte público. Otras arterias importantes por su extensión y localización eran la avenida Itzáes, ubicada al poniente, y las avenidas Colón, Reforma y Paseo de Montejo, todas en la porción norte.

Durante el periodo posrevolucionario se enfatiza la tendencia ya presente en el Porfiriato de la construcción de los principales y mejores soportes urbanos: mercados, parques, escuelas, viviendas, y vialidades; en la porción norteña de la ciudad, dejando los asentamientos del sur con escaso y deficiente equipamiento, haciendo que los pobladores dependieran de los equipamientos de la zona central.

En la década de los cincuenta, de acuerdo con el diagnóstico de Mario Pani, elaborado para el Plan Regulador de la Ciudad de Mérida, la densidad de construcción en la parte central de la ciudad era del 80% al 100%. Sin embargo, a un kilómetro del centro había una densidad de construcción inferior al 20% de ocupación de la superficie neta.

Hasta 1950 la superficie ocupada por la mancha urbana de Mérida era de 3,056 has., la cual representa un 18.56% del área interior definida por el actual Anillo Periférico. Era una ciudad de tamaño relativamente pequeño y bastante densificada, esto permitía al transporte público servir por completo a la ciudad,

haciendo que todas las áreas del perímetro urbano tuvieran un acceso similar. Lo anterior determinaba una mayor accesibilidad a todos los servicios: abasto, salud, recreación y educación; así como a los centros de trabajo. Es decir, había un modelo de estructura territorial que fomentaba la concentración de actividades y prácticas urbanas.

Considero que el tamaño de la ciudad determinaba que las prácticas urbanas, en especial los desplazamientos al interior de la ciudad y el uso de las instalaciones y los servicios se realizaran en un espacio que podía ser conocido y reconocido. La ciudad podía ser recorrida a pié o en bicicleta, el uso del automóvil era escaso y limitado a los grupos más pudientes<sup>3</sup>. La escala urbana posibilitaba su apropiación como unidad urbana, sin menoscabo de la apropiación particular de lugares más cotidianos como el barrio o la colonia.

Reconozco la existencia de zonas diferenciadas por el nivel de ingresos de sus pobladores, barrios y colonias donde predominaban las familias ricas; de sectores medios y colonias proletarias; pero opino que esto no se reflejaba de manera tan estricta respecto al uso del espacio urbano. No eran tan frecuentes los usos de la ciudad en forma sectorizada y aislacionista. Los pobladores de diferentes sectores socioeconómicos tenían que compartir zonas del centro donde estaban concentradas las tiendas, cafés, restaurantes, iglesias, escuelas, oficinas de abogados, contadores y prácticamente la mayoría de los soportes urbanos.

El crecimiento de Mérida a partir de mediados del siglo se acelera. De 1950 a 1960 su población pasa de 142,858 habitantes a 170,834, presentando una tasa de crecimiento de 1.8% anual que repercute en la extensión de la mancha urbana. A ésta se agregan 575 has. para dar un total de 3,631 has., con una densidad bruta de 46.7 hab./ha. (Bolio Oses, J. 1993: 161-162).

De 1960 a 1970 la población se incrementa en un 20%, llegando a 212,097 habitantes. Presenta una tasa de crecimiento de 2.19% y modifica su extensión en

---

<sup>3</sup> La bicicleta con 10,641 unidades era el vehículo más común entre la población trabajadora, seguida por las motocicletas: 765; contra apenas 2,395 automóviles particulares.

un 36%, aunque su densidad bruta desciende a 42.7 habs./ha. (Peraza Guzmán, M. Op. Cit: 144).

A pesar de los intentos para aplicar el plan regulador del crecimiento elaborado por Pani en 1951, hasta los setentas la legislación urbana era prácticamente nula. La ausencia de equipamientos y servicios alternativos a los ofrecidos por la zona central, siguió determinando su fuerte peso como espacio concentrador de actividades y desplazamientos de la mayoría de la población. Esto a su vez influía fuertemente en el funcionamiento y las características de la estructura urbana.

Con base en la información anterior, considero que a fines de 1960, las características de la estructura urbana meridana pueden resumirse de la siguiente manera:

1) El crecimiento demográfico no es excesivo lo cual se refleja en pocos cambios en cuanto a la organización y tamaño de la ciudad.

2) Presenta una estructura de uso del suelo relativamente poco diversificada, predomina el uso habitacional. La industrialización es incipiente y los espacios ocupados por las industrias se localizan al interior de la mancha urbana, en los barrios centrales y en puntos dispersos de las colonias.

3) Cuenta sólo con un área comercial y de servicios, localizada en el Centro Histórico. De manera muy incipiente se presenta un proceso de descentralización comercial y de servicios en forma lineal sobre la calle 60 norte, hacia Santa Ana.

4) Los equipamientos de gran tamaño son pocos: hospitales, terminal de ferrocarril, aeropuerto, plantas de electricidad y agua potable, etc. y aún no ocupan grandes extensiones de suelo. No existían grandes centrales de abasto, complejos deportivos<sup>4</sup>, postas para ferias, parques industriales, etc.

---

<sup>4</sup> Con excepción del mercado Lucas de Gálvez y los ubicados en los barrios; y el estadio Salvador Alvarado localizado en la parte norte de la ciudad.



5) La red vial es escasa y está definida por las carreteras que convergen en el área urbana, que al penetrar a ella y cruzarla se transforman en vías urbanas: calle 60 que se transforma en carretera a Progreso, Avenida Itzáes que se une a la carretera a Campeche y México y calle 65 que comunica a Valladolid y Quintana Roo.

6) Presenta claramente un proceso de segregación. El norte se ocupa por colonias de pobladores de ingresos altos y medios, en los barrios y colonias cercanos al área central se ubican los estratos medios, y el sur y poniente son para la población de muy bajos recursos.

Por otra parte, Ralph Cantral explica que las características del crecimiento y utilización del suelo en Mérida a fines de los sesenta, no coincidían completamente con los modelos clásicos: teoría de las zonas concéntricas, teoría de los sectores y teoría de los núcleos múltiples. Sin embargo, plantea que algunos de sus elementos parcialmente permitían explicar la evolución morfológica de la ciudad.

Así, las áreas de ingresos medios y bajos tendían a mantener una estructura de anillo (*ring like structure*). La clase media se había movido del centro hacia varias direcciones y la clase baja retenía su ubicación en la periferia de la ciudad, exceptuando la zona norte. Excluyendo el área residencial de clase alta, dicho modelo de crecimiento parcialmente podía explicar el caso de Mérida, con la excepción de que los anillos crecían tanto al interior como al exterior a medida que se daba la expansión de la ciudad (1975: 60).

Respecto a la ubicación comercial plantea que el comercio estaba concentrado en el CBD (*central business district*) y en dos franjas de desarrollo a lo largo de las principales arterias, conforme a los modelos de Burgess, Hurt y Hoyt. Paralelamente había nodos comerciales localizados en los barrios, ajustándose, en cierta medida, a las predicciones de Harris, Ullman y Davis (Ibíd: 62).

Finalmente, la ubicación industrial no parecía ajustarse a la teoría de las zonas concéntricas, que plantean que las áreas residenciales generalmente se ubican

alejadas de los establecimientos industriales y líneas de ferrocarril. Una gran parte de la industria se localizaba en el poniente, junto a la vía férrea a Campeche, pero había también industria dispersa en sectores de la zona norte adyacente a las colonias residenciales, y vías férreas que atravesaban gran parte de las colonias de pobladores de altos recursos.

## **II.2. Influencia de los procesos económicos y sociales en la modificación de la estructura urbana 1970-1990.**

Conuerdo con Ana García y Lucía Tello que en la década de 1970 se produce un quiebre con relación a la dinámica relativamente estable del desarrollo seguido por la ciudad de Mérida. Su crecimiento se acelera y cambian de manera cualitativa las características que determinan su urbanización (1993: 174). Diversos estudios (Fuentes Gómez, 1990, 1992, García y Tello; 1993, Bolio Osés, 1993), coinciden en señalar como los factores determinantes de las actuales condiciones urbanas de Mérida, los siguientes: 1) el crecimiento demográfico; 2) los procesos de ocupación del suelo; 3) la invasión de terrenos ejidales y la especulación inmobiliaria; 4) los elementos de política urbana. Veamos a continuación la influencia de algunos de estos factores:

### **II.2.1. El crecimiento demográfico.**

Entre 1960 y 1970 la tasa de crecimiento media anual de Mérida fue de 2.19, lo que repercutió en un aumento moderado de su población, a la que se agregaron cerca de 41,000 personas. Sin embargo, entre 1970 y 1980 su crecimiento demográfico puede -sin ninguna exageración- calificarse como explosivo. Con una TCMA de 6.55, una de las más altas en el ámbito nacional, la población urbana pasa de 212,097 personas en 1970 a 400,142 en la década de 1980, lo cual representa un 88.65% del incremento. Entre 1980 y 1990 la TCMA se redujo sensiblemente a 3.36 y la población aumentó de 400,142 a 556,907 habitantes.

La dinámica urbana de Mérida está asociada a las fases de auge o decadencia de la economía estatal y, en menor medida, a la regional. A partir de los setenta la producción henequenera, principal actividad económica del estado, atraviesa un período de crisis que culminaría en los noventa. La crisis conduce al desempleo de miles de pobladores de las zonas rurales dedicados a las actividades henequeneras y a su expulsión hacia la ciudad en busca de fuentes de trabajo<sup>5</sup>.

Mérida es el principal polo de atracción de la población yucateca y, en menor medida, de los estados vecinos. De esta forma, al crecimiento natural de su población, se agrega el producido por los flujos migratorios. De acuerdo con cifras del Consejo Estatal de Población, las tasas de crecimiento social entre 1981 y 1990 son siempre mucho más elevadas que las de crecimiento natural. A causa de ello, en dicho período, el incremento de pobladores vía inmigración fue de 171,562 pobladores, contra un crecimiento vegetativo de 73,717 personas<sup>6</sup>.

En un contexto de crecimiento demográfico muy dinámico por el deterioro de la principal actividad económica de las zonas rurales, la ciudad experimentó un proceso de recepción de pobladores que se instalaron en los márgenes de la periferia, ocupando amplias zonas de terrenos ejidales que ya no cumplían funciones agrícolas y transformaron sus usos para la vivienda.

## II.2.2. La ocupación del suelo, periferia ejidal y reservas territoriales.

La incorporación de terrenos naturales y agrícolas al área urbana implica procesos de producción del suelo urbano, que en forma esquemática se pueden

---

<sup>5</sup> En trabajos anteriores (Fuentes Gómez, 1990 y 1992), he analizado el impacto de los desplazamientos de población de las zonas rurales yucatecas hacia la capital del estado. De acuerdo con dichos estudios detectamos que la ex-zona henequenera arrojaba el principal flujo de emigrantes (31.30%) seguidas por la zona maicera (11.10%) y la zona agrícola diversificada (10.50%).

<sup>6</sup> Cabe señalar que la suma de estas cantidades no coincide con el total de población registrado por INEGI en el censo de 1990. Como es bien sabido los resultados del censo de 1990 han sido sumamente cuestionados por presentar poblaciones más bajas que las que presuntamente existían en dicho momento. De cualquier manera, para 1995 la población meridana, según el director nacional de INEGI, era de aproximadamente 750,000 personas.

identificar como procesos formales y procesos informales (Padilla, S. 1996: 142-3). La expansión geográfica de la ciudad, a través de la extensión de la tierra urbanizable es un cambio "predecible". No solamente debido a que la población urbana crece, sino también por el consumo *per cápita* de la tierra urbana que es una función positiva del ingreso. Las nuevas familias tienden a consumir más espacios conforme aumentan sus ingresos (Polese, M. et. al. 1996: 41).

Concuerdo con Polese et. al. que la tendencia anterior se acentúa cuando el aumento de los ingresos se asocia a una mayor movilidad interna en el espacio urbano, resultado del incremento de propietarios de automóviles y un uso más eficiente del transporte público. Esto conduce a que las nuevas familias sean capaces (y estén dispuestas) a vivir relativamente alejadas de su lugar de trabajo, aceptando mayores distancias a cambio de mayor espacio residencial (Ibíd).

Considero que en el caso de Mérida esto explica parcialmente el proceso de alejamiento hacia la periferia norteña de los pobladores de mayores recursos económicos. Éstos en varios casos se instalaron en fraccionamientos exclusivos, aislados y alejados, a distancias superiores a los 10 kilómetros del área central. Este tipo de utilización del suelo implicó la expansión de la ciudad a través de la construcción de espacio urbano discontinuo y segmentado.

La expansión no estuvo determinada sólo por la edificación de viviendas, a ésta se agregó la demanda de espacios para actividades económicas. La dinámica económica de la fase 70-90 se reflejó en una creciente demanda de suelo para los soportes materiales de los sectores industriales, como la Ciudad Industrial -iniciada en 1972- y sus ampliaciones. Por la construcción de equipamientos regionales: plantas de energía eléctrica e importantes vialidades como el anillo periférico, hospitales, la central de abastos, la ampliación de las pistas del aeropuerto, nuevos cementerios, complejos deportivos, instalaciones para la feria ganadera, artesanal e industrial y el nuevo centro de readaptación social.

Fue también resultado de la descentralización de dependencias de educación superior y centros de investigación. La Universidad Autónoma de Yucatán trasladó

varios de sus planteles de la zona central a diversas colonias de la periferia. Construyó los de nueva creación bajo el mismo esquema de localización y dejó sólo al 30% de sus facultades y oficinas administrativas en el centro histórico

La necesidad de grandes superficies condujo a la construcción de los equipamientos regionales en la periferia, en un proceso que determinó la relocalización de servicios. Esto se llevó a cabo con cierta anarquía, propiciando la fragmentación del uso del suelo en la periferia; asimismo en algunos casos estos equipamientos generaron impactos urbanos no deseados en el entorno inmediato.

Esta situación no fue privativa de Mérida, coincide con la señalada por Padilla en su trabajo sobre las transformaciones de otras ciudades mexicanas de tamaño medio, para el mismo período. El surgimiento de nuevos equipamientos regionales en la periferia es una manifestación de la descentralización de los servicios. El incremento de población en términos absolutos generó necesidades de servicios y equipamientos, principalmente en el nivel de servicios más especializados y de cobertura regional, por lo que el incremento en los equipamientos regionales y de gran tamaño y de cobertura es notorio (1996: 149).

En Mérida entre 1970-1995 no se presenta una mayor densificación en las zonas urbanas que disponían de equipamiento, por el contrario, se da un proceso de crecimiento sumamente extensivo, agregando nuevas áreas a las ya construidas y dejando vacíos al interior de la ciudad. El efecto de este crecimiento acelerado se hizo sentir en la estructura urbana. En 1978 la ciudad albergaba 86 colonias y fraccionamientos y en ellas se distinguía la diferencia entre zona de primer crecimiento y nuevas colonias. Éstas se encuentran generalmente aisladas entre sí y únicamente ligadas al centro urbano, con una relación centrípeta, derivada de las concepciones funcionalistas (García A. y L. Tello. 1993: 176).

En 1970 la ciudad de Mérida ocupaba un área aproximada de 6,308 hectáreas, que incluía las primeras industrias establecidas al sur, y las 567 hectáreas del aeropuerto internacional, situado en el límite sur del asentamiento poblacional. Para 1990 la superficie ocupada era de 13,522 hectáreas, lo que significaba que en

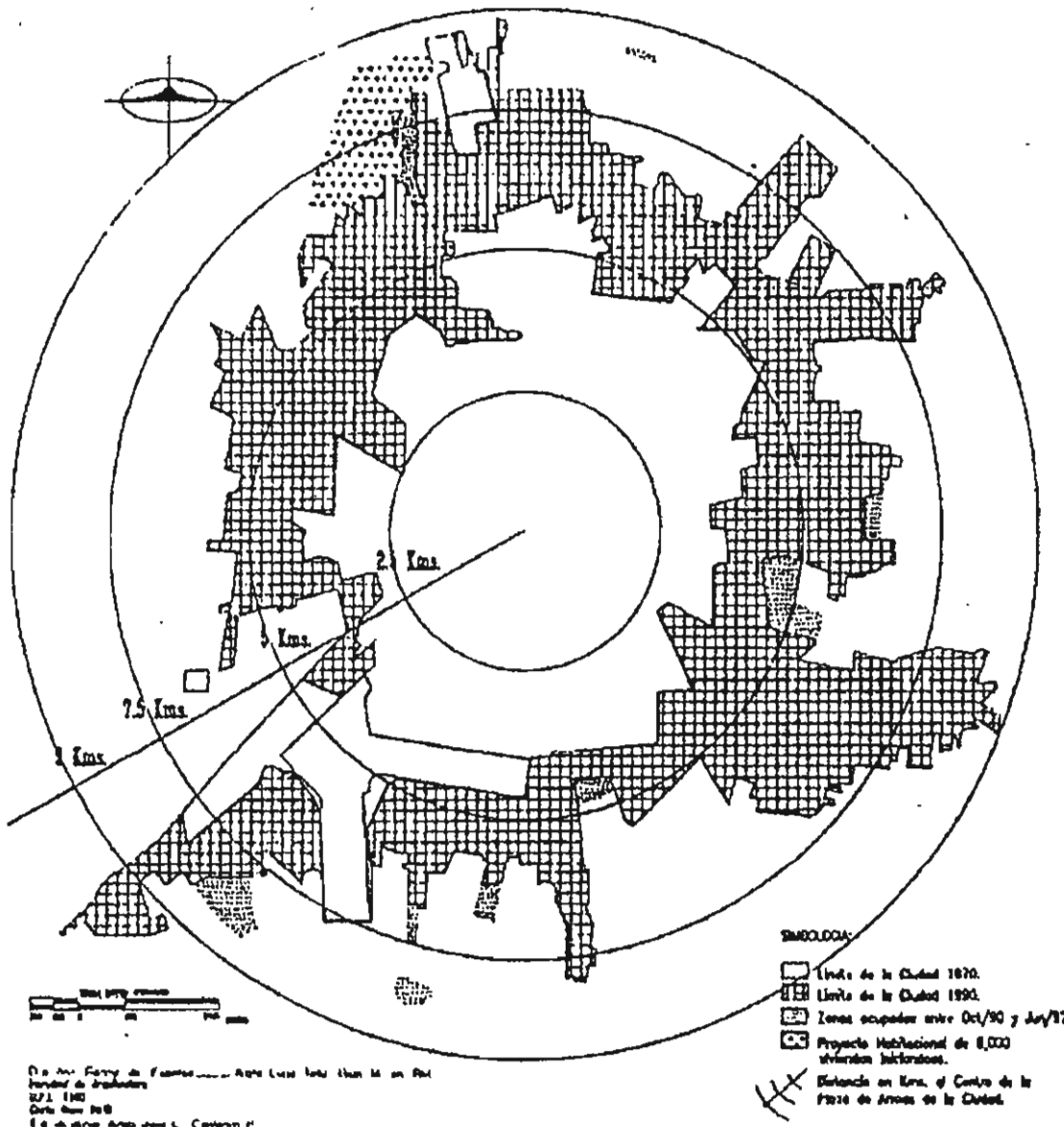
20 años la ciudad se extendió más del doble de lo ocupado a lo largo de toda su historia y que se densificó muy poco, ya que creció a un ritmo muy cercano al de la población: 114.3 % en superficie, contra 146 % en población (García A. y Tello, Op. Cit: 179).

García y Tello proporcionan suficientes evidencias que ilustran la expansión territorial de Mérida y la modificación de la estructura interna de la ciudad, durante las décadas del período que nos interesa analizar. Un plano elaborado por estas autoras -que reproduzco en la siguiente página - muestra el límite aproximado de Mérida en 1970 y el límite en 1990.

En dicho plano trazaron círculos concéntricos utilizando como radio la distancia al centro de la ciudad, desde la Plaza Principal. Los círculos permiten apreciar la extensión en kms. del crecimiento, que ha desbordado en distintas direcciones el radio de 7.5 kms. y en sus límites el de 9 kms. El eje mayor, tomado desde la carretera a Motul, en su cruce con el periférico al noreste y el final de la Ciudad Industrial y la zona habitacional sobre la carretera a Campeche, tiene una longitud de casi 20 kms. El eje norte sur, considerando la carretera a Progreso y los últimos asentamientos sureños, mide cerca de 18 kms. (Ibíd: 180).

Este plano confirma mis observaciones planteadas en 1990, cuando señalé que la expansión de la mancha urbana logró lo que todos los planes rectores de desarrollo urbano intentaron evitar: la conurbación de Mérida con los municipios vecinos. Actualmente la capital se extiende sobre todo al oriente, invadiendo el municipio de Kanasín. La conurbación Mérida-Kanasín demuestra como la capital superó en corto tiempo el Anillo Periférico, límite fijado por las autoridades municipales para la expansión urbana. El rebasamiento del periférico se logró, en parte, por irresponsabilidad del mismo Ayuntamiento, quien desvió el trazo original para ampliarlo al interior del fundo legal de Kanasín y poder construir el fraccionamiento Granjas (Fuentes Gómez, 1990: 51).

# CRECIMIENTO CONTRA DESARROLLO URBANO EN MERIDA 70-92



## CRECIMIENTO DE LA CIUDAD DE MERIDA 1970-1990-1992

1

FUENTE: García de Fuentes, Ana y Lucía Tello Peón (1993), "Crecimiento contra desarrollo en Mérida 1970-1992".

Este hecho ocasionaría pocos años después conflictos entre los municipios de Kanasín y Mérida por cuestiones limítrofes. Especialmente por el cobro de impuestos prediales, de licencias comerciales, etc. en cerca de 20 colonias ubicadas en la denominada zona de traslape. Problemas que aún no se solucionan.

Por otra parte, para evitar la proliferación de áreas conurbadas, las autoridades municipales aprobaron la creación de un "cinturón verde", en una franja que correría paralela a 500 metros del periférico. Cinturón que sólo existe en los planos elaborados por el Ayuntamiento, ya que la realidad muestra que la mayoría de los 49 kilómetros de extensión del periférico está ocupada por una gran cantidad de fábricas, talleres, bodegas, viviendas, escuelas, bares y hoteles de paso, unidades deportivas, etc. Además, en las secciones sur y oriente de este libramiento se establecieron gran cantidad de asentamientos espontáneos de inmigrantes rurales.

Lo anterior demuestra el fracaso de los planes de ordenamiento urbano. Todos ellos previeron que la ciudad podía crecer hasta fines del siglo XX en un área de 14,000 has. delimitadas por el Anillo Periférico. Marcado este límite las autoridades establecieron un espacio de reservas territoriales, la mayoría en terrenos ejidales que se fueron expropiando según las necesidades (Ibíd: 51).

Sin embargo, la ciudad creció anárquicamente, sobre todo hacia el oriente, el norte y el sur; dejando cientos de hectáreas baldías, susceptibles de servir para construir viviendas por su cercanía a los servicios y equipamientos. Estos terrenos se dejaron desocupados en espera de mejores momentos que permitieran una ganancia mayor para sus propietarios (Ibíd: 51).

En Mérida la expansión es fundamentalmente horizontal y con un carácter muy extensivo, prueba de ello es que la densidad bruta de población era de 36 hab./ha. en 1970 y en 1990 se mantiene prácticamente igual: 38.7 hab./ha. (García A. y L. Tello, 1993: 180).

El crecimiento de la ciudad a partir de un modelo de tipo expansivo (*urban sprawl*) en el período 70-90, puede explicarse entre otros aspectos por los siguientes factores:



a) La enorme oferta de suelo fácilmente urbanizable por la presencia de grandes superficies destinadas para plantales de cultivo de henequén, cuya producción estaba agotada. (Programa de Desarrollo Urbano, 1993: 3).

b) Además, el área que circunda la ciudad se encuentra prácticamente libre de accidentes topográficos, no existen cerros, cañadas, ríos, etc. que dificulten la construcción, y tiene una superficie plana y abundante en agua<sup>7</sup>.

c) El bajo costo de la construcción por el tipo de materiales empleados, por la ausencia de sismicidad, y la elevación de este costo en el caso de construcción vertical por la dificultad de perforar la loza caliza (García A. y L. Tello, 1993: 181).

d) El carácter extensivo de la ciudad dio origen a un proceso de conurbación, inicialmente con los antiguos pueblos y haciendas circundantes. Este proceso se aceleró, desbordando el límite del periférico. Actualmente la conurbación física se da a partir de los principales ejes carreteros en varias direcciones (Ibíd: 181).

Un factor que considero primordial en el proceso de ocupación del suelo en el caso de Mérida es el relativo a los procesos de ocupación irregular de terrenos. La invasión de este tipo de terrenos la llevan a cabo pobladores urbanos de escasos recursos, principalmente los inmigrantes, como estrategia de acceso al suelo y la vivienda (vía autoconstrucción por etapas), debido a que no lo pueden hacer a través de los mecanismos del mercado: alquiler o compra. Pero es también muy común entre los sectores de clase media y alta, entre éstos la estrategia consiste en ocupar un terreno, generalmente de grandes dimensiones, construir un pozo, sembrar algunos árboles, levantar una choza, que no habitan, y bardarlo. Lo demás viene con el transcurso del tiempo, esperan que el asentamiento se vaya densificando, que los servicios lleguen a la zona. De hecho la mayor parte de las

---

<sup>7</sup> Existen dos mantos freáticos: el primero entre los siete y doce metros de profundidad y el segundo entre los veinte y los sesenta. La mayoría de los pozos que perforan las familias para disponer de agua sólo llegan al primer nivel freático. Éste se encuentra totalmente contaminado y el agua que se extrae no es adecuada para consumo humano.

colonias residenciales del norte se construyeron a través de este proceso, que implicó la especulación del suelo.

Lo anterior vendría contradecir lo señalado en los estudios que afirman que los asentamientos ilegales son principalmente resultado de invasiones de pobladores pobres. El caso de Mérida parece coincidir más con los hallazgos de investigaciones que plantean que: *"Aunque los métodos varían, a menudo grupos de más altos ingresos también han privatizado y se han apropiado ilegalmente, con bastante éxito de tierras comunales y públicas"* (Varley A: 1985).

De esta manera pienso que en Mérida la invasión sistemática del suelo ha sido una práctica transclasista. Y coincido con García y Tello que: *"la diferencia radica en la parte de la ciudad que ocupan los diferentes grupos sociales; el norte, nororiente y norponiente es para el sector de mayores recursos económicos, y el sur para la población de menores recursos"* (1993: 185).

La ocupación de terrenos ejidales en forma individual u organizada por líderes fue una práctica muy extendida, principalmente en la década de los ochenta y continuó, en menor medida, durante los noventa<sup>8</sup>. No estuvo exenta de problemas entre quienes real o presuntamente tenían documentos probatorios de cesión de derechos de los ejidatarios a su nombre. La existencia de más de una cesión ejidal por predio dio motivo a muchas denuncias. Pero los problemas no se limitaban a la duplicidad de *"propietarios"* de terrenos, más importantes fueron las múltiples quejas de los ejidatarios contra sus autoridades ejidales, las que paulatinamente fueron entregando a particulares grandes extensiones de suelo.

---

<sup>8</sup> No hay que soslayar que las variaciones regionales observadas en los tipos de desarrollo del suelo están relacionadas con las coyunturas políticas. Diversos trabajos muestran que: *"las invasiones son toleradas cuando las demandas de otras clases sociales están sostenidas débilmente, o cuando el Estado puede obtener ventajas políticas importantes al permitir la ocupación ilegal del suelo"* (Collier, 1976, Citado por Ward, Peter et al. 1994: 11). En Mérida la permisibilidad podría haber funcionado como un mecanismo de control y mediatización política por el partido en el poder, para minimizar conflictos y asegurar el voto a su favor, en un contexto político favorable a la oposición panista.

Hasta la primera mitad de los ochenta, de las 85,841 has. que constituyen la superficie total del municipio de Mérida, 67,302 correspondían al régimen ejidal de la tenencia de la tierra y 18,539 al régimen de pequeña propiedad. Cerca de 20 ejidos rodeaban la ciudad en los ochenta, los de mayores dimensiones eran Chuburná con 6,371,has; Tixcacal-Opichén con 1,029 has; e Itzimná con 709 has. (Plan Municipal de Desarrollo, 1986: 60 y 164). Por su ubicación estratégica en el norte Chuburná e Itzimná fueron los ejidos más afectados.

En 1985 existían 32 colonias en situación irregular y 325.45 has. de terrenos ejidales sin ocupar (Plan Municipal de Desarrollo, 1996: 33). Durante la segunda mitad de la década de los ochenta más de la mitad de los asentamientos irregulares - que llegaron a ocupar un tercio de la superficie total de la ciudad- fueron regularizados por la CORETT. Otra parte importante de los terrenos fue transferida a la COUSEY (Comisión Ordenadora del Uso del Suelo), organismo estatal creado para continuar la regularización y constituir la reserva territorial.

En 1992 cerca de 30 colonias aún no estaban regularizadas, una parte de ella estaba en el proceso de regularización y para 1995 gran parte de éstas empezó a regularizarse.

Además de la ocupación irregular del suelo que integró una gran cantidad de hectáreas a la estructura urbana meridana, los procesos de ocupación formal también contribuyeron de forma muy importante a la expansión periférica.

La conformación de una considerable reserva estatal de suelo, expropiada a los ejidos que rodeaban la ciudad, fue una intervención gubernamental para incorporar al mercado inmobiliario superficies cuyo estatuto legal impedía, al menos formalmente, negociarlos como propiedad privada (Bolio, J. 1993: 165).

En materia de reserva territorial para la vivienda en 1986 existían 5,000 has. susceptibles de dicho uso en la ciudad. Entre 1986 y 1990 se efectuaron los trámites para incorporar 994.5 has. en programas de vivienda; de dicha extensión cerca de la mitad: 468.20 has. fueron para promoción particular o privada; 325 has. de terrenos

ejidales sujetos a expropiación; y 200.50 has. de terrenos regularizados para promoción pública o estatal (Plan Municipal de Desarrollo, 1986: 33).

La constitución de la reserva territorial de Mérida fue el principal factor que determinó su crecimiento expansivo. Fue la ciudad mexicana que contó con la mayor reserva territorial para crecimiento urbano, no sólo del país sino incluso de América Latina con excepción de Cuba. En los años 86-87 se dictó la expropiación masiva de 8,000 has. para formar dicha reserva. El organismo encargado de su manejo en Yucatán es la COUSEY (Comisión Ordenadora del Uso del Suelo de Yucatán).

Hasta 1993, el 50% de la reserva territorial estaba en manos del Gobierno Estatal, el resto dependía del Gobierno Federal. Hasta el 31 de diciembre de 1991 se habían operado 2,499 has. Parte de esa superficie (1289 has.) se encontraba ocupada por asentamientos ilegales, por tanto la administración de la reserva significó regularizar la tenencia y con ello incorporar este suelo al mercado inmobiliario. De las restantes hectáreas de la reserva 959 se vendieron a promotores de vivienda, tanto del sector público, como del privado; 183 se dieron en donación y 28 se destinaron a usos no habitacionales (Reyes, J: 1992).

Durante la primera mitad de los noventa, bajo la influencia de las políticas neoliberales, el Gobierno del Estado liberó a la venta lo que quedaba de la reserva territorial, principalmente los polígonos ubicados en el norte de la ciudad, como una estrategia para frenar la proliferación de asentamientos irregulares en esa zona de mayor plusvalía.

Pienso igual que Bolio Osés que "*La entrega sin reservas de las reservas territoriales*" (1992: 198), es decir, su venta en condiciones sumamente favorables a los inversionistas que se comprometían a desarrollos inmobiliarios a muy corto plazo, repercutió en la estructura y funcionamiento de la ciudad.

Con esto se fue ocupando todo el espacio urbano bajo un patrón de subocupación. La gran mayoría de los fraccionamientos generó una sobre-oferta de vivienda para sectores medios, pero hizo muy poco para la población de bajos

recursos. Así, ésta fue desplazándose cada vez más hacia las orillas interna y externa del anillo periférico (García A. y L. Tello, 1993: 188).

Gran parte de los terrenos regularizados en el norte de Mérida ya estaba ocupado y fue urbanizado inmediatamente, la ocupación de éstos fomentó el proceso de segregación espacial. En esta zona se construyó el mayor centro comercial de Mérida: la Gran Plaza y fraccionamientos de sectores medios y altos. La mayor plusvalía de esta zona explica por qué los sectores de menores recursos socioeconómicos se establecen, en su mayoría, en el sur de la ciudad.

### II.2.3. Instrumentos normativos del desarrollo urbano.

Durante los setenta se dan en el ámbito nacional los esfuerzos de planeación institucionalizada para regular el crecimiento de las principales ciudades mexicanas. En el caso meridano éstos cristalizaron en el Plan Director Urbano de la Ciudad de Mérida de 1980<sup>9</sup>. Éste junto con la Ley de Fraccionamientos de 1985, son los instrumentos que por su contenido y por la forma de realizarse o ignorarse en la práctica, han tenido un impacto importante en la determinación de las modificaciones de la estructura territorial. Estos instrumentos jurídicos se proponían la intervención y regulación del desarrollo urbano arquitectónico de la ciudad.

A través del Plan de Desarrollo Urbano se definieron y promovieron vocaciones a los diferentes sectores de la ciudad, que determinaron la conformación del patrón de estructura urbana que el estado consideró más adecuado para el caso de Mérida. Este Plan y sus subsiguientes revisiones de 1985 y actualizaciones de 1988 y 1993, fomentaron la especialización del uso del suelo y una mayor racionalidad y operatividad urbana, enmarcadas dentro de lineamientos mercantiles. Nunca pretendieron corregir las condiciones estructurales que ocasionaron las

---

<sup>9</sup> Se publicó en junio de 1981, tuvo una primera revisión en 1985. Se actualizó en agosto de 1988 y en 1993.

grandes desigualdades en la oferta de equipamientos e infraestructuras urbanas en las diferentes zonas de la ciudad. Aunque las reconocieron, más bien insistían en reforzar la vocación principal de cada zona y reducir, mediante acciones paliativas, algunos de los problemas principales. De acuerdo con los mencionados planes, la ciudad debía organizarse de la siguiente forma:

A) La zona poniente quedaba destinada a la localización de la industria. Con este propósito se ampliaron los terrenos de la Ciudad industrial y se promovió la reubicación en dicha zona de todas las fábricas medianas y grandes dispersas por la ciudad.

B) La zona central, -el primer cuadro y los antiguos barrios adyacentes-, se consideró como la más adecuada para los equipamientos administrativos, comerciales, turísticos, educativos y de esparcimiento.

C) Las funciones de vivienda están distribuidas en las zonas norte, oriente y sur, aunque la calidad de equipamientos y de las viviendas varía notablemente de acuerdo con cada zona. El norte se reservó para población de ingresos altos, el oriente para familias de ingresos medios y el Sur para los sectores de bajos recursos. En función a esto las nuevas colonias tenderían a constituirse según su nivel social y en función de la cantidad y calidad de infraestructura, servicios y equipamiento.

De esta forma en la década de los ochenta el Plan de Desarrollo ubica claramente cinco zonas que son las siguientes:

Zona 1. Zona central. Corresponde al Centro Urbano, en la cual se encuentran la mayoría de los servicios de equipamiento<sup>10</sup> e infraestructura y comercio. Presenta un desequilibrio en cuanto a la dotación de dichos servicios y su distribución en el resto de la mancha urbana, generando una relación concentración-déficit entre el Centro Urbano y el resto de la ciudad.

---

<sup>10</sup> Aquí cabe señalar que la zona central dispone de equipamientos para abasto: mercados, centrales de autobuses y algunas escuelas; pero no concentra el equipamiento. Los grandes complejos deportivos, edificios universitarios, hospitales, etc. están dispersos en varias zonas.

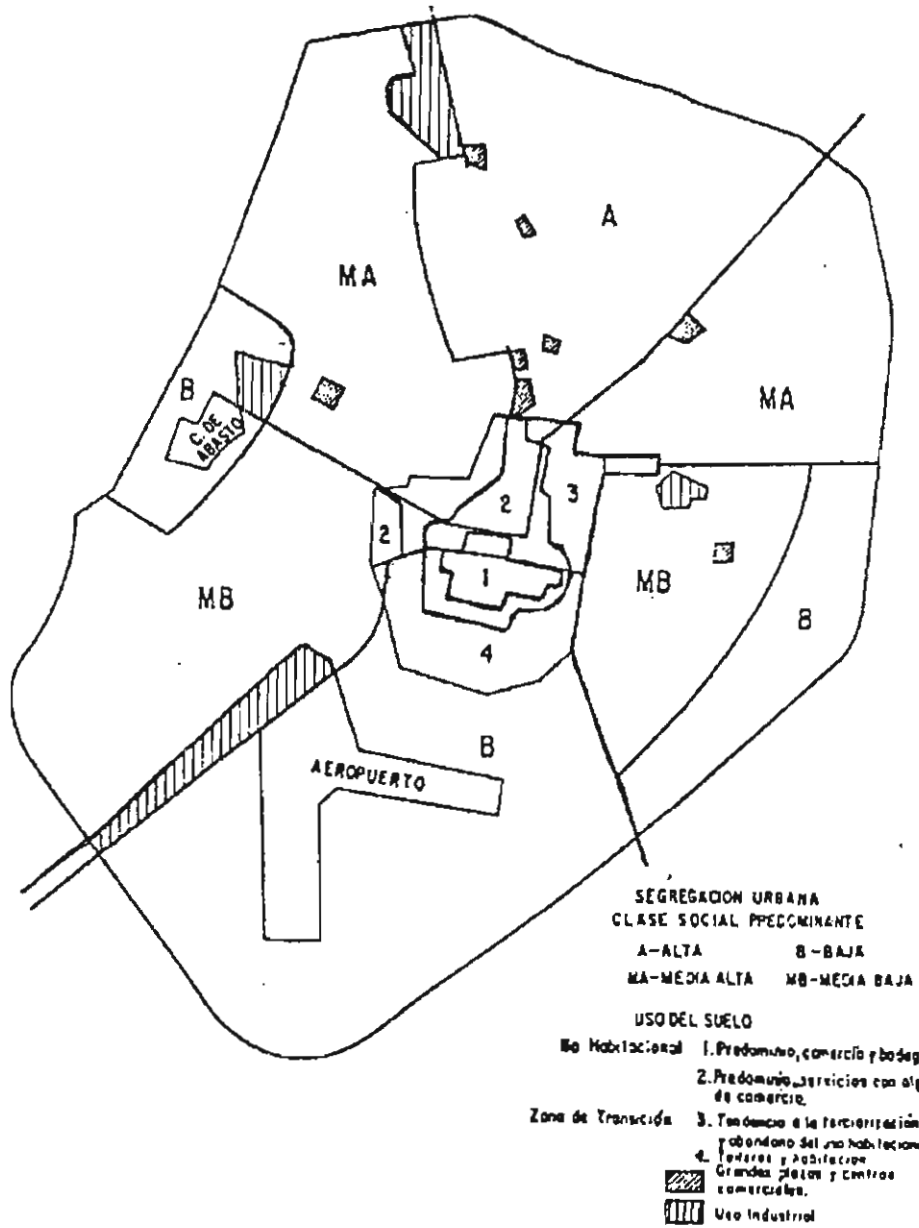
Zona 2. Zona Norte. Su área representa el 14% del total de la superficie de Mérida y albergaba el 12% de la población meridana. Se encuentra configurada por fraccionamientos y colonias con la mayor infraestructura y equipamiento comercial. En ella se localizan los sectores económicos más altos, con los mayores ingresos y es la de menor densidad de población: menor a 110 hab./ha.

Zona 3. Zona oriente. Se caracteriza por ser la zona media de la ciudad, en ella se presentan densidades entre 110 y 150 hab./ha. Alberga alrededor del 20% de la población y sus moradores perciben ingresos medios entre una y dos veces el SM.

Zona 4. Zona Sur. Albergaba el 60% de los habitantes, de éstos el 78% alcanza un salario mínimo y el 22% trabaja en empleos ocasionales. Presenta las mayores densidades de población, por encima de los 150 hab./ha.

Zona 5. Zona poniente. Presenta características similares a la zona oriente en cuanto a densidad promedio de 110 hab./ha, pero tiene porcentajes de ingresos menores a los de la población de la zona oriente (Plan Director de Mérida, 1985).

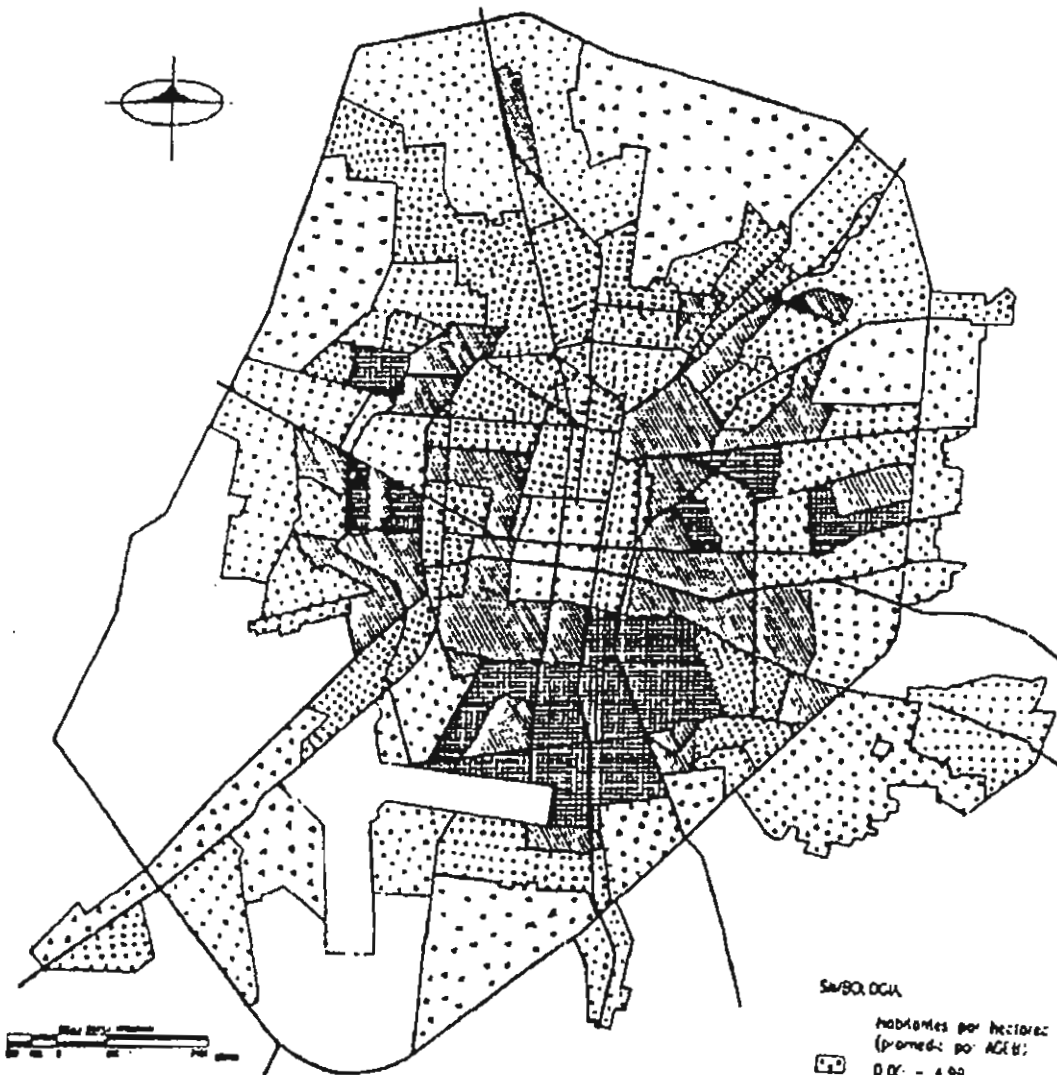
## ESQUEMA DE SEGREGACION Y CAMBIO EN EL USO DEL SUELO URBANO DE MERIDA



FUENTE: García de Fuentes Ana y Lucía Tello Peón (Op. Cit).



# CRECIMIENTO CONTRA DESARROLLO URBANO EN MERIDA 70-92



Subdivisión

habitantes por hectárea  
(promedio por ACEU)

[Dotted pattern]	0.00 - 4.99
[Dotted pattern]	5 - 25.99
[Dotted pattern]	30 - 59.99
[Dotted pattern]	60 - 87.99
[Dotted pattern]	88 - 213

Dr. Ana García de Fuentes—Ana Lucía Tello M. de F. F. F. F.  
 Facultad de Arquitectura  
 UPM 1997  
 Carta Base INEGI  
 El Consejo General de Población y Vivienda 1990  
 Datos por ACEU: UPM/INEGI  
 Superficie por ACEU  
 Subdivisión de Conjuntos, Dirección Regional del INEGI  
 Merida 1992 (en publicación)  
 ACEU Area Urbanística Básica  
 Ed. de Datos Arq: José L. Cardona F.

DENSIDAD  
DE POBLACION



FUENTE: García de  
Fuentes Ana y Lucía Tello.

### II.3. Estructura y funcionamiento de la ciudad en 1990.

He explicado los principales procesos y factores que determinaron la localización de los soportes urbanos y los pobladores y la forma de organización y funcionamiento del espacio urbano. Lo anterior repercutió en modificaciones en el funcionamiento de la ciudad, en el uso de sus diferentes espacios y soportes, en los desplazamientos de los pobladores, en la pérdida relativa del peso de ciertas zonas en beneficio de otras, en nuevas formas culturales de habitar y usar la ciudad y, como veremos más adelante, en las diversas formas de percepción, representación e imaginación de sus moradores.

En las siguientes páginas ofreceré un panorama general descriptivo de la estructura urbana actual de Mérida, destacando sus principales componentes, soportes y zonas, pero antes de pasar a este objetivo me interesa explicar el enfoque utilizado para la descripción y análisis.

Después de varias décadas de investigación sobre la configuración espacial de las ciudades, de la elaboración de modelos y teorías destinadas a explicar la lógica que produce y determina la organización socioespacial denominada ciudad, sería esperable encontrar estrategias metodológicas y procedimientos relativamente claros y rigurosos para su abordaje. La investigación urbana está todavía en esta tarea, avanza paulatinamente en su esfuerzo continuo para aclarar y rebasar muchas de las limitaciones que afrontan diversas teorías del funcionamiento de las ciudades<sup>11</sup>.

En la década de los setenta Martín y Echenique plantean la siguiente propuesta que considero importante:

---

<sup>11</sup> Por mencionar algunas teorías y modelos cito los siguientes: los modelos económico-funcionales y los espacio-funcionales. Los primeros incluyen las teorías de los lugares centrales, del desarrollo polarizado y de la relación centro periferia. Los segundos incluyen las teorías de las zonas concéntricas y el patrón teórico de utilización rural y urbana de la tierra. Un resumen de las ideas principales y sus limitaciones aparece en el capítulo II del libro **Estructura territorial en la zona metropolitana de la ciudad de Puebla**, de Sergio Flores González (1993).

*"... la estructura espacial de una ciudad es un sistema. Es decir, un complejo "pattern" de interacciones constantemente cambiantes, que determinan y a su vez están determinados por la estructura espacial de la ciudad" (1967: 227-228).*

A pesar de la generalidad de la propuesta puede ser útil como punto de partida, ya que implica que toda estructura urbana debe ser estudiada como un sistema complejo. Para ello es indispensable disponer de un cierto método que permita establecer los problemas relacionados del tráfico, la vivienda, las escuelas, el comercio, el esparcimiento, etc. De hecho, las partes que componen un área ambiental dentro de un concepto total unificador.

Coincido con Echenique en considerar la ciudad como un sistema complejo de elementos interrelacionados, de tal forma que un cambio único puede producir repercusiones en toda una ciudad. Uno de los intentos principales de la investigación urbana es descubrir qué elementos de cada sistema urbano son más significativos y determinar las relaciones causales entre ellos. La estructura espacial es la localización de diferentes actividades urbanas dentro de una ciudad y las relaciones espaciales entre ellas (Ibíd: 249-250).

Es posible definir la estructura espacial urbana como el resultado de dos procesos interdependientes por los que se colocan en lugares específicos, primero las construcciones y después las actividades. El primero localiza la infraestructura física (por ejemplo, el conjunto de los edificios, etc.), en respuesta a las necesidades agregadas de espacio requeridas por todas las actividades; el segundo localiza las actividades dentro de este medio físico, de acuerdo con sus relaciones funcionales con las demás. Es bien conocida esta distinción entre la organización espacial de las actividades y el marco físico en que se alojan (Ver Foley, 1964). Se puede considerar el proceso global como simbiótico, con las actividades, creando una demanda de recursos físicos, que una vez construidos, condicionan su localización (Ibíd: 251).

Veamos a continuación cómo se estructura la ciudad y las características de las zonas que la integran. La contextualización que hice anteriormente permitirá entender su lógica de funcionamiento y explicar la ubicación y calidad de ciertos soportes en determinadas zonas y su ausencia en otras. Después de explicar qué existe en cada zona, incluyendo sus vialidades y demás soportes, se relacionarán con las funciones que soportan para conocer los desplazamientos al interior de la ciudad.

Los límites del área urbana de Mérida, establecidos en el decreto del 3 de junio de 1981, aún vigentes, incluyen una superficie aproximada de 18,284 hectáreas y 50 áreas, delimitadas dentro de una poligonal que abarca el interior y una franja exterior de 500 metros, contigua al anillo periférico (Programa de Desarrollo Urbano de Mérida, 1993: 2). En 1994 la ciudad se extendía sobre poco más de 13,522 hectáreas.

Los instrumentos normativos de la planificación regularmente han tratado de organizar la ciudad de Mérida en zonas o distritos para una mejor administración. Originalmente la división territorial en distritos fue decidida en función de los antiguos barrios o colonias. De acuerdo con las características similares de unos y otros, en principio se conformaron 32 zonas, posteriormente fueron ajustadas a 16 y finalmente se agruparon en 8 distritos. Con esta división se pretendía que el equipamiento y la infraestructura urbana se distribuyeran para satisfacer las necesidades por distritos y no por barrios. Con estos criterios se intentó racionalizar y optimizar los recursos financieros, técnicos y humanos para atender las necesidades de cada zona (BANOBRAS, F. y D. 1990: 40).

El propósito anterior, sin embargo, nunca se logró. Como la mayor parte de los instrumentos conservadores de planificación del espacio urbano, al no modificar las causas que determinan la organización de la ciudad, bajo las leyes y agentes del capital, han quedado como propuesta discursiva, plasmada en diversos planos y documentos: el Programa de Desarrollo Urbano de la ciudad de Mérida de 1993 y la Carta Síntesis, publicada en 1995.

La última actualización (1993) del Programa de Desarrollo Urbano retoma nuevamente la propuesta de los distritos. Según éste la actual estructura urbana de Mérida funciona por medio de ocho distritos, de los cuales uno está localizado en el centro y los otros siete irradiándose hacia la periferia. Éstos cuentan con terrenos y áreas urbanas que deben funcionar como centro urbano, subcentros y centros de barrios, que se establecen en las colonias y sectores urbanos de identidad continua. A estos sectores se agrega una sola zona de uso especializado para el establecimiento de industria, servicios y comercio mayoritario. Además, existen dos áreas de alta preservación ecológica que funcionan como parque ecológico (*Cuxtal*) al sur de la ciudad, y arqueológico (*Dzibichaltún*), en la porción norte; ambas fuera de los límites de la ciudad (Programa de Desarrollo Urbano de Mérida, 1993: 3).

Una de las características utilizada por el Programa de Desarrollo Urbano para la delimitación de los distritos es la presunta homogeneidad del espacio urbano. Sin embargo, lo anterior no debe interpretarse como que los distritos constituyen regiones homogéneas de la estructura urbana, sino más bien como espacios que presentan tendencias hacia la homogeneización, que nunca es completa. No obstante lo anterior, la división en distritos es la forma espacial que actualmente ayuda a explicar la organización del territorio y la utilizaré a continuación para describir la ciudad.

He elaborado algunos materiales gráficos para ofrecer al lector una idea global sobre la estructura espacial de Mérida que actualmente está organizada en 8 distritos. El primero es un cuadro que incluye la superficie en hectáreas que ocupa cada distrito y el porcentaje que éstos representan en el conjunto de la estructura territorial. El segundo presenta en forma concentrada las cantidades absolutas y relativas de las colonias y la clasificación socioeconómica de las mismas. El tercero es un plano que muestra la ubicación de cada uno de los ocho distritos y sus límites determinados por las vialidades que los unen y separan.

## Superficie absoluta y relativa ocupada por los distritos urbanos

<b>NOMBRE DEL DISTRITO URBANO</b>	<b>SUPERFICIE EN HECTÁREAS</b>	<b>% DEL TOTAL</b>
I. MONTEJO	2679.0	15.2
II. ALEMAN	150.0	8.6
III. PACABTUN	1128.0	6.4
IV. KUKULCAN	410.0	2.3
V. SANTA ROSA	4130.0	23.2
VI. MULSAY	3694.5	21.0
VII. CANEK	2981.0	17.0
VIII. CENTRO HISTORICO	1110.0	6.3
<b>TOTAL DE LA SUPERFICIE</b>	<b>17641.5</b>	<b>100.0</b>

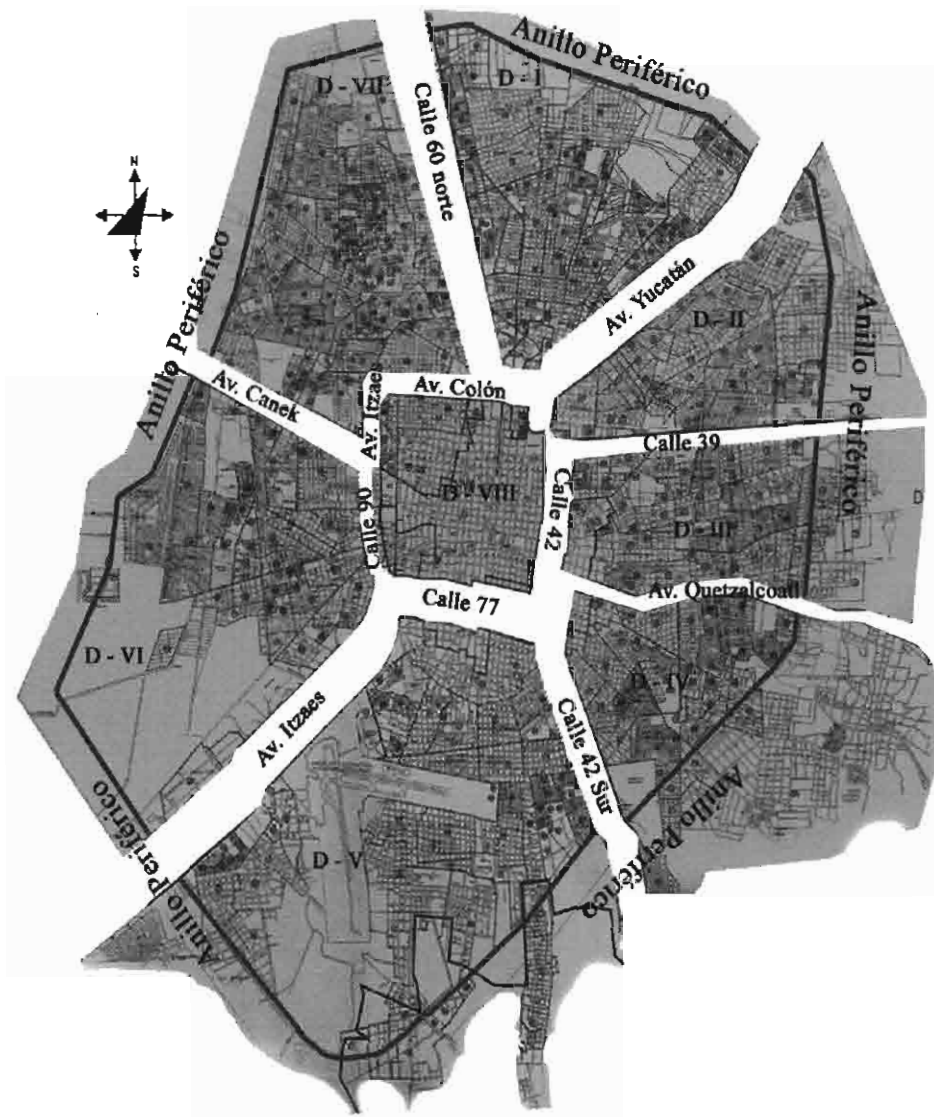
Elaborado a partir de los datos de la Carta Síntesis del Programa de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Mérida (1995).

## Número de colonias y clasificación socioeconómica por tipo de vivienda

<b>DISTRITOS URBANOS DE MERIDA</b>													
	I	%	II	%	III	%	IV	%	V	%	VI	%	VII
<b>No. de colonias</b>	71	100	38	100		100		1		1		1	1
<b>Residencial</b>	36	50.7	4	10									
<b>Residencial y media</b>	4	5.6	1	3									
<b>Media</b>	10	14.1	7			5							
<b>Interés social</b>	12	17.0	17										
<b>Popular</b>	5	7.0	6										
<b>Popular y marginada</b>	4	5.6	1										
<b>Marginada</b>	0	0	2										
<b>Industrial</b>	0	0	0										
<b>Agrícola</b>	0	0	0										

Elaborado a partir de los datos de la Carta Síntesis del Programa de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Mérida (1995).

## Localización de los distritos urbanos de la Ciudad de Mérida



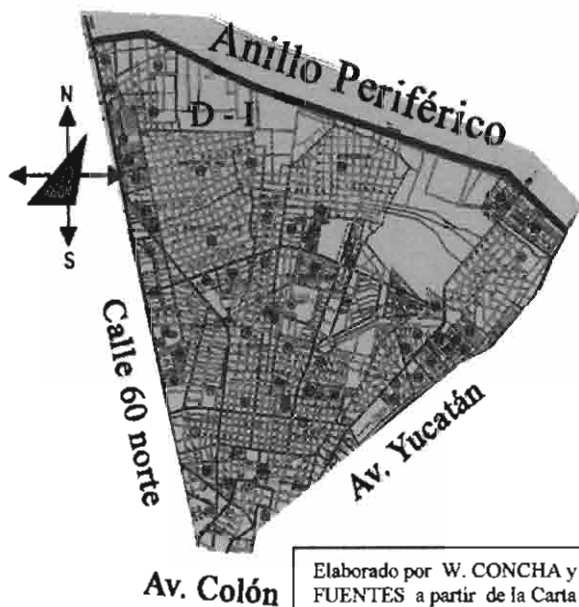
Elaborado por W. CONCHA y J. FUENTES  
a partir de la Carta Síntesis de 1995.

D. I **Montejo**, (norte); D. II **Alemán** (nororiente); D. III **Pacabtún**, (oriente); D. IV **Kukulkán**, (suroriente); D. V **Santa Rosa**, (sur); D. VI **Mulsay**, (poniente); D. VII **Canek** (norponiente) y D. VIII **Centro Histórico** (porción central).



Veamos a continuación las principales características de cada uno de los ocho distritos urbanos que conforman la ciudad de Mérida.

### **Distrito I. Montejo (La zona norte)**



Elaborado por W. CONCHA y J. FUENTES a partir de la Carta Síntesis de 1995.

Ubicado en la porción norteña de la ciudad ocupa una extensión de 2679 hectáreas, (15.2%) del total del área urbana. Está formado por todas las colonias y fraccionamientos delimitados al oriente por la avenida Yucatán y al poniente por la calle 60, al norte por el Anillo Periférico y al sur por la Avenida Colón.

Tiene un total de 71 asentamientos, que, de acuerdo al tipo de vivienda predominante, se clasifican como sigue: 36 de tipo residencial alto, 4 de tipo residencial medio, 10 de tipo medio, 12 de interés social, 5 de tipo popular y 4 de tipo popular y marginado. Estos últimos ubicados en su periferia.

Las colonias Itzimná, México, Buenavista y Montejo están habitadas por sectores de ingresos altos, con más de 5 VSM. Las colonias Campestre, México Norte, Montecristo, Monterreal y Villas La Hacienda; están habitadas por pobladores de sectores socioeconómicos más altos que los de las colonias anteriores<sup>12</sup>. Esto se refleja en las dimensiones y calidad de las viviendas que, en general, ocupan terrenos de dimensiones de entre 500 a 1000 metros cuadrados, y determinan una menor densidad de población por hectárea.

<sup>12</sup> De acuerdo con el trabajo de García, Dickinson y Pérez (1998), en las colonias del norte se concentra el mayor porcentaje de los grupos socioeconómicos de la burguesía: propietarios de negocios, gerentes y ejecutivos y trabajadores independientes.

El distrito I se caracteriza por la mejor oferta en cuanto a soportes destinados a la educación pública y privada en todos sus niveles. En el norte se ubican las escuelas privadas más grandes e importantes. Las escuelas públicas de nivel medio incluyen una secundaria técnica y las de nivel superior al Instituto Tecnológico Regional de Mérida, la Facultad de Ingeniería Civil y el CINVESTAV. También concentra la mayoría de los centros de investigación: INAH, CINVESTAV y el Centro de Investigación Científica de Yucatán.

En las avenidas de las colonias residenciales: Paseo de Montejo y sus prolongaciones, Calle 60 norte, Circuito Colonias, Avenida Colón y Avenida Campestre; existe abundante equipamiento comercial y de otros servicios: grandes supermercados, tiendas departamentales, agencias de autos, restaurantes, bancos, oficinas, tiendas de regalos y decoración, gimnasios, estéticas, tintorerías, panaderías, pastelerías, salas de fiestas, videoclubes, etc. El distrito norte concentra los clubes deportivos y sociales privados: Campestre, Libanés, Montecristo, Bancario; cuenta con clínicas privadas; una gran cantidad de restaurantes, bares, discotecas, academias de idiomas, agencias de viajes, etc.

Por otra parte, esta zona se caracteriza por la mayor cantidad de áreas verdes que incluyen los amplios y bien cuidados jardines de las viviendas, a las que se agregan la vegetación de sus calles y avenidas y la de parques y jardines públicos. Carece de instalaciones altamente contaminantes como fábricas, talleres, centrales de autobuses, cementerios o mercados de abastos. La excepción la constituye la planta siderúrgica, ubicada en la carretera que conduce al puerto de Progreso.

Todo ello contribuye para hacer de la zona norte un espacio ordenado, homogéneo, limpio y sumamente atractivo. Las dimensiones, calidad y cantidad de sus vialidades, incluso el tipo de vegetación que adorna los camellones, jardines y

parques públicos es diferente a la utilizada en otras partes de la ciudad<sup>13</sup>. Lo mismo se observa en la oferta del mobiliario urbano: bancas, parabuses, teléfonos públicos, anuncios, y también en el tipo y variedad de los estilos arquitectónicos de las viviendas y de los establecimientos destinados a los comercios y otros servicios.

De esta manera, se explica por qué los terrenos de la zona tengan la mayor plusvalía y sean atractivos para la localización y relocalización de los conjuntos residenciales de empresas inmobiliarias y de los establecimientos del gran capital comercial y financiero. En el contexto de globalización los capitales de origen local, nacional e internacional; tienen un papel muy importante en la modificación territorial de la estructura urbana de Mérida<sup>14</sup>.

Prueba de ello se observa en el caso de los terrenos del Complejo Cordelero Cordemex que llegó a ser el más importante de la península y dejó de operar en 1990. Poco tiempo después de su cierre, por la crisis de la industria henequenera, debido a su privilegiada localización en el norte de la ciudad, el Gobierno del Estado decidió constituir un fideicomiso para vender la amplia superficie que ocupaba y levantar en su lugar el *Complejo Siglo XXI*<sup>15</sup>.

El complejo incluye el Centro de Convenciones y Exposiciones, diseñado por el arquitecto Ramírez Vázquez, 6 salas de cine de un empresario yucateco, grandes tiendas departamentales de capital nacional -Liverpool- y extranjero -Carrefour-, una Plaza Cívica con asta monumental de 50 metros de altura y las

---

<sup>13</sup> Las avenidas del norte generalmente están adornadas con vegetación exótica que incluye *Palmas Reales, lluvia de oro y jacarandas*; en cambio las de las otras zonas tienen especies nativas menos vistosas. Esto como señalaba mi colega catalán Rafael Nevado puede interpretarse como un diacrítico cultural y clasista que refuerza el estatus y prestigio de las colonias del norte meridano.

<sup>14</sup> Goueset, Vincent (1997) en su artículo *Impacto Territorial y globalización en Mérida*, proporciona algunos ejemplos de las transformaciones en el espacio meridano como resultado de la globalización.

<sup>15</sup> El Complejo Siglo XXI ubicado a la vera de la calle 60, en sentido estricto, pertenece al Distrito VII, (Canek), pero debido a la vecindad con el Distrito I, y la mayor relación funcional que tiene con éste, determinada por las vialidades, lo incluyo como parte de la zona norte y no la norponiente.

instalaciones del Centro Joyero. A este complejo se agregarán un hotel y una torre para oficinas de 80 metros de altura.

Por otra parte, debido a las características socioeconómicas de la mayoría de sus pobladores, el distrito dispone del mayor número de automóviles por familia. Esto determina un predominio en el uso del automóvil y un menor porcentaje de tránsito peatonal en sus calles y avenidas. Además, la gran mayoría de las vialidades están pavimentadas y son mucho más anchas que las de las otras zonas de la ciudad (Urzaiz, E. 1994: 22)<sup>16</sup>.

La concentración de pobladores de mayores ingresos en esta zona, así como el equipamiento vial, determinó la localización de una amplia oferta de servicios concentrada en la confluencia de las principales vialidades: calle 60 norte, prolongación de Montejo, Circuito Colonias y Avenida Yucatán. La concentración de población de mayor poder adquisitivo y la excelente vialidad, han fomentado el uso creciente del transporte privado.

El norte, antes una zona exclusivamente residencial, en la década de los noventa fue el blanco de las acciones modernizadoras del capital comercial. En ella se ubicaron las cadenas de supermercados, generalmente en colaboración con capital local y franquicias de restaurantes. Aunque no es la única que cuenta con grandes centros comerciales, concentra el 80% de éstos, que, además, son los más importantes, Plaza Fiesta y La Gran Plaza, Plaza Carillón, y el Complejo Siglo XXI, cuya influencia se manifiesta en toda de la ciudad.

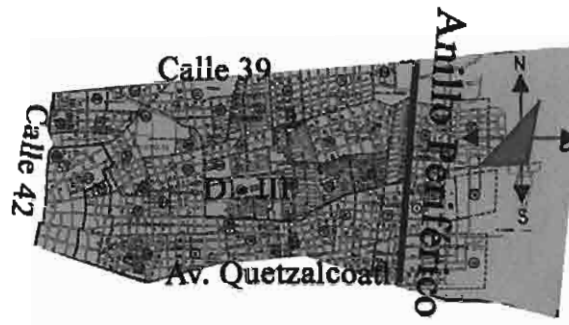
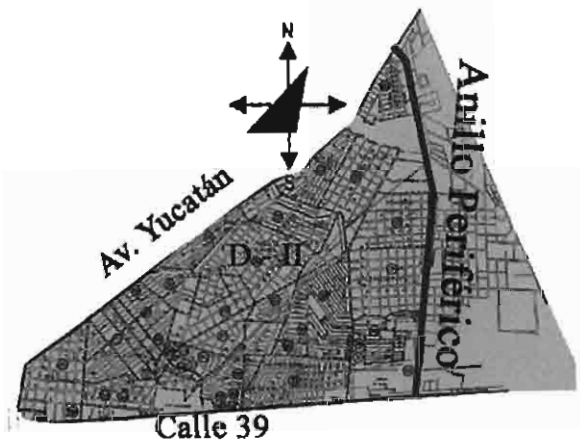
Salvo raras excepciones, la zona norte de Mérida se presenta como el distrito de la prosperidad, dinamismo económico, modernización y belleza. Es la imagen que sus pobladores han construido con la estrecha colaboración de las autoridades municipales. La zona norte se ha constituido como el reducto de los grupos de

---

<sup>16</sup> La diferencia de la oferta y calidad del equipamiento vial entre el norte y el sur es tan evidente que el alcalde Xavier Abreu reconoció, en 1999, que en el norte primero se construyen las calles y luego se establecen los pobladores, en el sur los pobladores tienen que esperar mucho tiempo para tener calles pavimentadas.

mayores ingresos, quienes con sus acciones contribuyen a la segmentación de la ciudad.

**Distritos II Alemán (Nororiente) y III Pacabtún (Oriente).**



Elaborados por W. CONCHA y J. FUENTES  
a partir de la Carta Síntesis de 1995.

El distrito II, ubicado en la porción nororiente, ocupa 1509 hectáreas (8.6%) del área urbana total. Sus límites son: al norponiente la Avenida Yucatán, al sur la calle 39, al poniente la calle 50 y al norte y oriente el Anillo periférico. Incluye 38 asentamientos que, según la clasificación de vivienda predominante, se distribuyen como sigue: 4 de tipo residencial, 1 de tipo residencial medio, 7 de tipo medio, 17 de interés social, 6 clasificados como populares, 1 popular-marginado, y 2 marginados.

Las colonias que se localizan en la porción norteña del distrito, a lo largo de la principal vialidad -la Avenida Yucatán-, están habitadas en su mayoría por pobladores de ingresos altos y medio altos, las viviendas son de grandes dimensiones con jardines al frente y cocheras para dos o más automóviles. Las colonias clasificadas como populares están en el extremo nororiente y suroriente,

cercanas al Periférico. En la porción central están los fraccionamientos de interés social: Brisas, Polígono, Alemán.

Los habitantes de este sector establecen mayor relación con los soportes y vialidades del Distrito I debido al sistema de calles y avenidas que los comunican. En estas colonias todas las calles están pavimentadas, bien iluminadas, cuentan con áreas verdes y suficientes parques. La oferta de escuelas primarias, secundarias y preparatorias de tipo privado es abundante y tienen influencia en gran parte de la ciudad.

En estas colonias hay suficiente oferta de comercios y servicios: supermercados pequeños y medianos, farmacias, papelerías, panaderías, tiendas de regalos, estéticas, etc. varias salas de fiestas, heladerías, videoclubes, etc. que cubren las necesidades de sus pobladores.

La amplitud de sus avenidas, el ambiente agradable de sus áreas verdes y la ausencia de tráfico pesado y fuentes de contaminación, permite a los vecinos utilizarlas para hacer ejercicios, trotar y pasear a las mascotas, en las mañanas y al atardecer.

Los principales soportes ubicados en la zona incluyen la Facultad de Psicología de la UADY, la Normal de Educadoras, escuelas primarias, secundarias y de bachillerato públicas; la Unidad Deportiva Benito Juárez y en su límite sur, la Planta Termoeléctrica de la CFE y dos plantas de materiales de construcción. En la porción central del distrito hay varios parques que permiten el esparcimiento de los pobladores.

La vecindad del centro comercial Plaza Fiesta, -ubicado en el Distrito I- permite a los pobladores disponer de adecuada oferta de bienes y servicios. Ésta se complementa con un pequeño mercado de abastos en la colonia Alemán y comercios distribuidos en las Avenidas Alemán y el Circuito Colonias, lo que reduce la necesidad de desplazamientos fuera del distrito -con excepción de Plaza Fiesta- para adquirir mercancías y alimentos de consumo diario.

Por otra parte, el distrito III, Pacabtún se ubica en la porción oriente de la ciudad, ocupa 1128 hectáreas, y representa el 5.99 del área urbana total. Sus límites son: al norte la calle 39, al sur la Avenida Quetzalcóatl, al poniente la calle 42 y al oriente el Anillo Periférico. Incluye 44 asentamientos que, según la clasificación de la vivienda predominante, se distribuyen de la siguiente forma: 2 de tipo medio, 19 de interés social, 16 de tipo popular, 4 de vivienda popular y marginada y 3 clasificados como marginados.

Los principales soportes urbanos del distrito son las Facultades de Educación, Derecho y la de Química, así como la Preparatoria No. I; todas dependientes de la Universidad Autónoma de Yucatán. La oferta educativa se complementa con una preparatoria privada, la preparatoria de la CTM y varias secundarias públicas y escuelas primarias. Tiene varios pequeños parques dispersos en la mayoría de las colonias y el Parque Recreativo del Oriente, el de mayores dimensiones de toda la zona.

En la porción norte de esta zona se ubica un núcleo que incluye las instalaciones del Centro Médico Nacional del IMSS, hospital regional de primer nivel, con influencia en todo el sudeste del país, el Auditorio Deportivo Universitario, la Cervecería Yucateca y varias escuelas. No cuenta con mercados municipales, en cambio existe industria dispersa en toda la zona: las principales fábricas son: la mencionada cervecería, la Hidrogenadora Yucateca, una cordelería, una planta embotelladora de refrescos de la Coca Cola y varias bodegas.

Al oriente, sobre el circuito colonias, entre las calles 63 y 65 se localiza el centro comercial Plaza Oriente, el más antiguo de la ciudad. Muy cerca de éste se construyó un gran supermercado, tipo bodega, del grupo local San Francisco de Asís. Éste junto con el anterior conforman la infraestructura comercial de la zona y evitan la necesidad de los desplazamientos de los pobladores hacia los mercados del centro o del norte para realizar sus compras.

Conviene destacar que la zona oriente se encuentra densamente poblada. La construcción de varios fraccionamientos de vivienda de interés social por

organismos del Estado e inmobiliarias privadas, impactó fuertemente la zona. En las porciones sur oriente y oriente de ésta, rebasa los límites oficiales del área urbana, delimitados por el Anillo Periférico.

### **Distrito IV Kukulcán (Suroriente).**



Elaborado por W. CONCHA y J. FUENTES  
a partir de la Carta Síntesis de 1995.

Este distrito ocupa 410 hectáreas y representa el 2.3 % de toda el área urbana. Incluye 36 asentamientos, 15 clasificados como de interés social, 16 de tipo popular y 5 están clasificados como populares y marginados; éstos se ubican en el extremo sur del distrito, detrás del periférico.

Los fraccionamientos colindantes con la zona central

de la ciudad -Distrito VIII-, tienen cerca de 4 o 5 décadas de existencia. En cambio, los ubicados en la sección central del distrito son de origen más reciente: 20 o 25 años. Detrás de éstos, hacia el Periférico, aloja fraccionamientos construidos por el sector estatal ocupados por población trabajadora.

Los soportes en materia de educación incluyen las Facultades de Economía y de Matemáticas de la UADY, escuelas primarias y secundarias. Carece de mercados, comercios especializados y hasta hace poco presentaba déficit de parques y áreas verdes y de vías pavimentadas. Uno de los equipamientos importantes es la Unidad Deportiva Kukulcán, localizada en el Circuito Colonias. Incluye estadios de fútbol, de béisbol, el Poliforum Zamná, espacio cubierto con



capacidad para 7000 personas, piscina olímpica con fosa para clavados, canchas de tenis y básquetbol y un amplio estacionamiento.

Varios de los fraccionamientos: Granjas, San Haroldo, Sta. Isabel y Nueva Santa Isabel, Héctor Victoria Aguilar, CROC, Mulchechén, entre otros; con cientos de casas que albergan a más de 20,000 pobladores, se localizan en terrenos que pertenecen al municipio de Kanasín, pero sus moradores trabajan en Mérida y pagan impuestos en esta ciudad.

La expansión incontrolada de la mancha urbana, fuera de los límites municipales, ocasionó la conurbación de los municipios y ha producido tipos particulares de utilización del suelo. Empresarios dedicados a los denominados *giros negros*: cantinas, bares, centros nocturnos y hoteles de paso; han podido sacar provecho de la conurbación. El Ayuntamiento Meridano, como parte de su imagen puritana y moralista, tiene un estricto reglamento que regula la apertura y funcionamiento de éstos giros. Pero éstos han podido evitarlo instalándose detrás del Anillo Periférico –límite oficial del municipio-<sup>17</sup>.

Las arterias principales que comunican la zona oriente con el resto de la ciudad son: el Circuito Colonias, las calles 65, 69 y 63 y el Anillo Periférico que atraviesa las colonias conurbadas con el municipio de Kanasín.

En la porción sur del distrito, en 1999, el ayuntamiento meridano inauguró un nuevo parque recreativo, el *Acuaparque*, ocupa un terreno de 7.6 hectáreas, cuenta con juegos infantiles, canchas de básquetbol y fútbol. Su principal atractivo es un lago artificial que, sin embargo, no puede utilizarse para nadar debido a que el agua está contaminada. Por sus características y localización está enfocado a los pobladores de sectores populares. La construcción del *Acuaparque* puede explicarse como un intento del ayuntamiento para contrarrestar la violencia, al ofrecer a los jóvenes espacios de esparcimiento y distracción.

---

<sup>17</sup> El ayuntamiento de Kanasín no pone grandes reparos para otorgar licencias de funcionamiento y se beneficia de los impuestos que recibe por este tipo de actividades.

## Distrito V Santa Rosa (Zona sur).



Elaborado por W. CONCHA y J. FUENTES  
a partir de la Carta Síntesis de 1995.

El sur, en mi opinión, constituye el reverso de la imagen de los distritos ubicados de la porción central hacia el norte. Es el espacio de la pobreza, o para usar la terminología de Giddens (1995), la “*región posterior*”, donde se localizan los pobladores que hacen posible el funcionamiento de las otras partes de la ciudad.

El V distrito está delimitado en su porción norte por la calle 77 que corre por los barrios centrales de San Cristóbal y San Sebastián; al sur y sudeste por el Anillo Periférico, al poniente y norponiente por las Avenidas Aviación o Itzáes, y al oriente por la calle 42 sur.

Se extiende sobre 4130 hectáreas, superficie que corresponde al 23.2% de toda el área urbana y presenta una alta densidad de población por hectárea. Está conformado por 69 asentamientos, de los que el 45% son fraccionamientos de interés social, el 15% tiene vivienda popular y el 36% son de alta marginalidad.

Este distrito, junto con el VI (zona poniente) presenta la menor oferta de soportes urbanos de toda la ciudad. Carece de mercados de abastos, de

supermercados, grandes tiendas, restaurantes, etc. Tiene sólo un hospital del IMSS, construido recientemente a pesar de que concentra una elevada población.

A través de las obras del PRONASOL se ha mejorado la infraestructura urbana del distrito: introducción de agua potable, alumbrado público, escuelas primarias, parques y áreas deportivas. Sin embargo, todavía presenta un elevado déficit en muchos de estos servicios que no cubren a los pobladores de las colonias más recientes. La cantidad de líneas telefónicas de uso residencial es la más baja de toda la ciudad. Tiene muy pocas avenidas de dos carriles, sus calles principales están pavimentadas pero son estrechas y son generalmente de doble sentido. Además, gran parte de sus calles permanece sin pavimentar y sin banquetas.

Existe una diferencia evidente de las colonias localizadas entre la franja del Circuito Colonias y la zona central y aquellas que se localizan de dicho circuito hacia el Anillo Periférico. Las primeras debido a su mayor antigüedad -30 a 40 años en promedio- muestran una mayor consolidación en sus construcciones, vialidades, gran parte de ellas están pavimentadas, disponen de alumbrado público y tienen parques. Además, por su cercanía al centro, tienen mayor facilidad para acceder a los y servicios que ofrece esta zona. Su población en general es de origen urbano, proviene de las colonias adyacentes al centro.

En cambio, las colonias ubicadas en la porción más sureña -entre los espacios delimitados por las pistas del aeropuerto- presentan mayor nivel de pobreza. Sus pobladores son en su mayoría inmigrantes de las zonas rurales, con una o dos décadas de vivir en la zona y gran parte de sus viviendas están construidas con materiales reciclados y o de baja calidad. La mayoría de estas colonias carecen de agua potable, pavimentación, disponen de alumbrado público, pero presentan un elevado déficit de servicio telefónico.

Las colonias colindantes con el Periférico sur muestran una imagen de tipo rural, en ellas predominan las casas basadas en el modelo de vivienda maya tradicional con modificaciones, por ejemplo, los techos no son de palma, debido a que resulta más económico utilizar láminas de cartón cubiertas de chapopote. La

mayoría de las viviendas tienen solares con pozos para extraer el agua, en sus terrenos crían pollos, pavos, e incluso cerdos que utilizan para complementar sus recursos económicos. El equipamiento urbano es prácticamente nulo, las calles son veredas donde predomina la hierba, las piedras y basura, no hay parques ni áreas deportivas.

Si se considera que el sur concentra cerca del 20% de toda la población meridana –cerca de 150,000 habitantes- el equipamiento de servicios educativos resulta deficiente, aunque varía según el nivel educativo. En primaria y secundaria la oferta cubre la demanda, pero en el nivel medio superior es deficitaria. Existen sólo dos planteles, uno de bachillerato técnico y una preparatoria vespertina por cooperación. Para la educación superior la zona sur dispone de la Universidad Tecnológica Metropolitana inaugurada en 1999 y las facultades de Veterinaria y Biología y la de Matemáticas, de la UADY.

En las porciones oriental y occidental los organismos de vivienda estatales construyeron fraccionamientos de interés social para la población asalariada. Debido a esto se dotó de algunos equipamientos: escuelas primarias y jardines de niños, principalmente.

En general, en todas las colonias de la zona sur el equipamiento es al nivel de barrio y proliferan las tiendas, tortillerías, fruterías y carnicerías de esquina. Debido a las limitaciones económicas de sus pobladores predomina el tránsito de vehículos colectivos o públicos, motocicletas, bicicletas, triciclos y peatones. Este uso característico de las colonias populares ocasiona que las vías principales, donde el tránsito es más intenso, se utilicen de manera distinta a las calles transversales y secundarias. Las primeras, generalmente, están pavimentadas y ocupadas por comercios y servicios, constituyendo desarrollos lineales que se reflejan en paramentos más largos y continuos; mientras que las otras calles, poco transitadas, muchas veces permanecen sin pavimentar y están ocupadas principalmente por viviendas de menor calidad (Urzaiz, E. 1994: 23).

Los usos del suelo en la zona sur son variados, si bien predomina la vivienda de los sectores de más bajos ingresos, también existen diseminados por todas las colonias, pequeños comercios, talleres de reparación de vehículos automotores, microempresas de alimentos; así como carpinterías, talleres clandestinos de confección de calzado y particularmente de la industria del vestido e incluso algunas maquiladoras. En las porciones colindantes con el Anillo Periférico hay algunas granjas de cerdos, de pollos y establos de ganado lechero.

En esta parte de la ciudad se encuentran los soportes urbanos destinados al equipamiento regional. Las instalaciones del Aeropuerto Internacional de Mérida, la base aérea militar y el área de depósito de combustibles, que en conjunto ocupan más de 600 has. También se localizan tres cementerios, las instalaciones del CERESO, el Reformatorio de Menores y las instalaciones del Cuartel de la X Región Militar, los dos últimos en la parte fronteriza con el distrito Kukulcán.

Considero que la ubicación selectiva de estos soportes, aunada a su colindancia con la Ciudad Industrial, determinan, en gran medida, el bajo valor del suelo en la zona sur. El ruido cotidiano de los aviones y avionetas; los peligros potenciales de accidentes, debido a las maniobras de despegue y aterrizajes, los riesgos latentes de explosiones por el depósito de miles de litros de combustible, generan una situación de inseguridad y vulnerabilidad entre los pobladores asentados en su derredor. Todos estos factores determinan una baja calidad ambiental en los asentamientos y se reflejan en la escasa plusvalía del suelo urbano.

Por otra parte, la localización de las instalaciones del Cuartel Militar que aloja cientos de soldados rasos con sus familias no es aceptada con agrado por los vecinos de las colonias colindantes. Generalmente, estos soldados<sup>18</sup> son personas que provienen de familias pobres, poseen bajos niveles de escolaridad y son originarios de diversas partes del país. Al permanecer acuartelados por varios días,

---

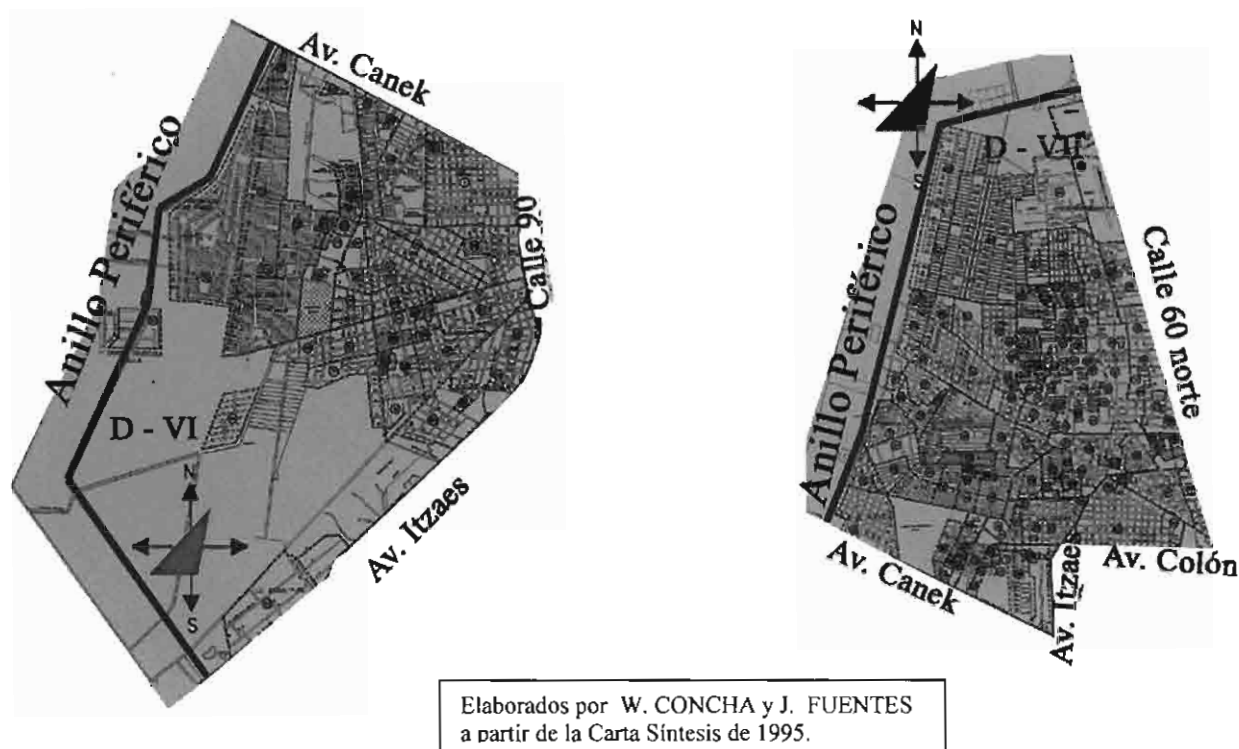
<sup>18</sup> Los mandos militares intermedios y altos no viven en el sur, la SEDENA tienen una unidad habitacional enclavada en la colonia Buenavista de la zona norte de la ciudad. Incluso en este caso se refleja la segregación espacial de las personas.

cuando tienen periodos de asueto salen a divertirse y estando alcoholizados o drogados se han visto involucrados en pequeños incidentes con los vecinos.

Propongo que en este caso resultan más importantes la percepción y evaluación de los vecinos sobre la ubicación de este soporte por el tipo de personas que aloja, que las condiciones objetivas, es decir, la frecuencia de los incidentes que no son generalizados. El cuartel adquiere una carga simbólica de connotación negativa, que se materializa en el espacio urbano y se refleja en la reducción de los precios de las rentas de terrenos y viviendas cercanos. Algo similar ocurre con los soportes del Centro de Readaptación Social (CERESO), el Reformatorio de Menores y los cementerios.

Las vialidades principales que unen este distrito con la zona central son la calle 60 y la calle 50, y en menor medida la 42; éstas son a su vez las usadas por el transporte público. La ubicación de las pistas del aeropuerto impide la prolongación de las arterias que parten de la Plaza Principal y de la avenida Itzáes. De esta manera, las colonias colindantes con el aeropuerto no tienen fácil acceso al centro de la ciudad ni al poniente. Sus pobladores tienen que rodear las pistas del aeropuerto hasta encontrar la calle 60 y el Circuito Colonias.

## Distrito VI Mulsay y Distrito VII Canek.



El sexto distrito se ubica en las porciones sur y poniente, ocupa 3694.5 hectáreas que representan el 21% del área urbana total. Tiene los siguientes límites: al norte la Avenida Jacinto Canek, al sur la Avenida Aviación y el Anillo Periférico, al oriente la Avenida Itzáes y la calle 90, y al poniente el Anillo Periférico. Incluye 42 asentamientos: 47.7% están clasificados como fraccionamientos de vivienda de interés social; 24% pertenecen al tipo popular, 7% al tipo popular y marginado, y el 17.7% a la categoría de vivienda marginada. Forman parte del distrito 2 asentamientos destinados a usos industrial y agrícola.

Las colonias que presentan mayor nivel de marginalidad se localizan en la porción central del distrito, cercanas al Cementerio de Xoclán y el sur, colindando con la planta de Cementos Maya. Las colonias populares están entre la Avenida Jacinto Canek y las calles 39 y 65ª. La mayor parte de los fraccionamientos de interés social se ubican en las extremos norte y poniente.

El distrito se caracteriza por ocupar una gran extensión de suelo urbano. De hecho, dos distritos -Mulsay y Santa Rosa- concentran el 41.53% de la superficie total de la ciudad, y el 58.47% se distribuye entre los seis restantes. Esta “concentración” no obedece a las acciones monopolistas de sus pobladores, ni se refleja en mayores dimensiones de sus solares o viviendas, ni en mejor calidad de servicios e infraestructuras. Se debe a que ambos alojan los soportes urbanos que requieren de grandes superficies. En los distritos V y VI están el Aeropuerto Internacional y la Ciudad Industrial, respectivamente.

Cerca del 40% de toda la superficie de Mulsay permanece sin ocupación, según el Plan de Desarrollo Urbano dichos terrenos constituyen reservas para la ubicación de vivienda destinada a los trabajadores asalariados y la construcción de nuevos equipamientos urbanos, con influencia urbana y regional. En la porción sur, cerca de la Ciudad Industrial, el sector público ha construido una gran cantidad de viviendas destinadas a la población obrera. Los soportes urbanos más importantes de la zona son: el Cementerio Xoclán, la Central de Abastos, incluyendo el rastro, el Parque Ecológico del Poniente, la Ciudad Industrial y una planta de la CFE.

La avenida Itzáes es la principal vialidad para comunicarse del norte al sur y viceversa. A lo largo de ella se ha desarrollado un eje comercial, industrial y de servicios con influencia en toda la ciudad. Otra arteria principal es la Avenida Canek que va de oriente a poniente y viceversa, en ella también se localizan servicios enfocados a los pobladores de las colonias cercanas.

En el VI distrito hay varias escuelas primarias y secundarias públicas, la Preparatoria No. 2 y la Facultad de Ingeniería Química de la UADY, la Escuela Normal Superior, las oficinas del CAPFCE y el Hospital Psiquiátrico. Carece de mercados, supermercados y cines, cuenta con varios campos, canchas deportivas y parques recreativos, incluyendo el Parque Ecológico del Poniente.

Por otra parte, el Distrito Canek se ubica en la porción norponiente, ocupa 2981, hectáreas, 17% de la superficie total del área urbana. Sus límites son: al norte



y poniente el Anillo Periférico, al Sur las avenidas Jacinto Canek y Colón, y al oriente la Avenida Itzáes y la Calle 60 norte. Abarca 128 asentamientos que, de acuerdo con el tipo de vivienda predominante, se distribuyen como sigue: 41.40% son fraccionamientos de interés social, 37.5% son de vivienda media, 9.37% de tipo popular, 4.6% popular y marginada, 3.9% son marginadas y 2.3% de tipo residencial. Incluye una zona industrial.

La distribución de las colonias y fraccionamientos en el espacio de este distrito muestra los rasgos típicos del patrón de alta segregación entre norte y sur de la ciudad, matizado por los factores de antigüedad de las colonias. Cercanos a la Avenida Colón y la Itzáes se encuentran las colonias que presentan características de tipo residencial. Éstas disponen de excelente infraestructura vial, calles pavimentadas sumamente amplias, hermosas áreas verdes y parques de generosas dimensiones.

La Avenida Colón, principal vialidad oriente poniente, comunica al distrito con el Paseo de Montejo, ofrece una imagen de singular belleza y elegancia, con decenas de mansiones de los años 30 y 40 que -aunque menos ostentosas que las del Paseo de Montejo- son dignas de admiración y forman parte de los atractivos ofrecidos en los paseos turísticos.

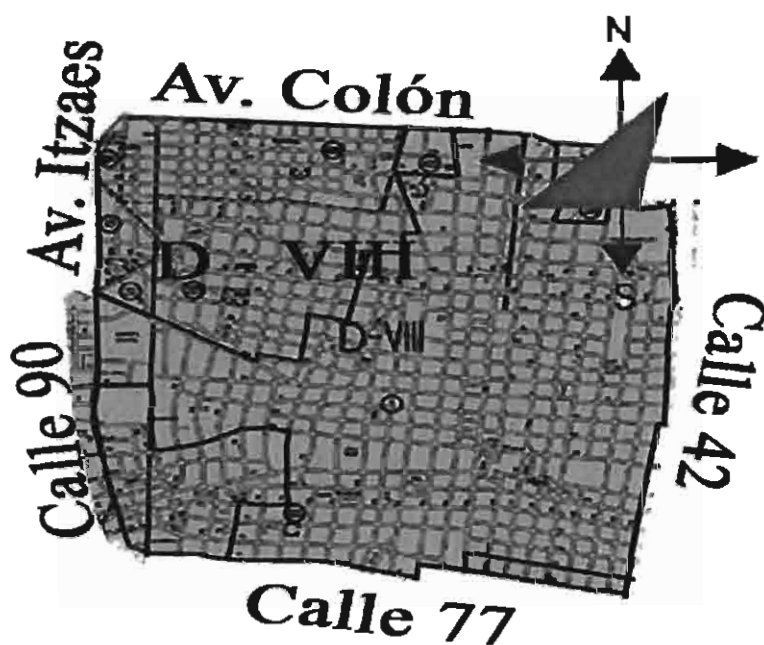
Por otro lado, el VI distrito ocupa una gran porción de suelo urbano que pertenecía al ejido de Chuburná. En las dos últimas décadas, la abundante oferta de terrenos baratos despertó el interés de varias compañías inmobiliarias privadas que construyeron decenas de fraccionamientos de vivienda de interés social y de tipo medio, e incluso conjuntos residenciales privados.

El equipamiento de servicios incluye 4 grandes supermercados, varias tiendas departamentales y el Centro Comercial Plaza Dorada. Este es uno de los centros comerciales de mayores dimensiones de la ciudad y de todo el estado. La oferta de bienes y servicios en el distrito incluye clínicas y hospitales públicos y privados, escuelas primarias, secundarias, preparatorias, 2 facultades de la UADY, campos deportivos y parques. En el extremo norte del distrito se construyó el

Complejo Siglo XXI, cuyas características señalé al referirme al Distrito Montejo de la zona norte.

En la zona que abarcan los distritos VI y VII se localiza una gran cantidad de hospitales públicos: Hospital O'horan de la SSA, Benito Juárez y La Ceiba, del IMSS, la Clínica del ISSTE, el Hospital Militar Regional; así como clínicas privadas, de primer nivel. Éstos, y los ubicados en otras partes de la ciudad, hacen de Mérida el centro urbano con mayor oferta médica, en el sureste mexicano y con influencia en el ámbito centroamericano.

### **Distrito VIII (Centro Histórico).**



Elaborado por W. CONCHA y J. FUENTES  
a partir de la Carta Síntesis de 1995.

Localizado en la porción central ocupa 1110 hectáreas y representa el 6.3% del área urbana meridana. Sus límites son: al norte la Avenida Colón, al sur la calle 77, al poniente la calle 90 y al oriente la calle 42. Incluye 9 asentamientos: colonias Carrillo y Ancona, Inalámbrica; los fraccionamientos La Quinta, Jardines de San

Sebastián, Itzáes, Santa Cecilia, La Huerta, García Gineres y del Maestro; y la parte conocida como Centro Histórico. Ésta comprende los cuatro cuarteles mayores, cinco constituidos por los suburbios de Santa Ana, Santiago, San Sebastián, San Cristóbal y la Mejorada.

Considero al Centro Histórico de Mérida<sup>19</sup> un espacio particular por diversas razones: por la cantidad de soportes materiales ahí emplazados, las funciones que cumple, por ser sede de la mayor parte de los desplazamientos de los pobladores, por su historia y representaciones sociales que le han sido asociadas, etc. Todo concurre a su diferenciación de las otras zonas o distritos de la estructura urbana. Desde una perspectiva cultural, considerando su historia, simbolismo, usos e imágenes que genera pienso como Monnet que:

*"...el centro no es un barrio entre otros, un fragmento de espacio identificado por un paisaje, una población, un alma, junto a otros barrios identificados del mismo modo. Su vocación no se limita a ser un elemento más de la ciudad, se reconoce en lo que toda la ciudad le otorga, lo que todos los habitantes, incluso los forasteros esperan de él"* (1995: 27).

La zona central de Mérida no escapa a esta regla, es usada por miles de meridianos, vecinos de sus 49 comisarías y del resto de Yucatán, para hacer compras, trámites oficiales, ir al médico, esparcimiento, estudiar, trabajar, etc. Por pobladores de los estados vecinos que transitan por él debido a los servicios a escala regional que ofrece la ciudad y por turistas nacionales y extranjeros, deseosos de conocer los atractivos históricos y culturales localizados en la zona.

---

<sup>19</sup> Aquí cabe aclarar que popularmente los pobladores llaman "centro" al espacio donde se localizan la Plaza de Armas, el Mercado Municipal, las oficinas públicas y las calles que concentran la mayor cantidad de comercios y servicios. En cambio, el "Centro Histórico" es un área mayor definida por el INAH a partir de la presencia de edificios de valor histórico, ubicados en los antiguos barrios y calles que se prolongan en varias direcciones e incluye la zona histórica del Paseo de Montejo hasta el Monumento a la Patria, en dirección norte y el núcleo del Parque de la Paz, hacia el poniente.

Este distrito se distingue fundamentalmente por su morfología urbana bastante homogénea, con las calles angostas y los paramentos de las casas alineados a sus límites con la vía pública, excepto en pocos casos. En el núcleo de la zona central se ubican la Plaza de Armas, rodeada de edificios históricos.

En otro orden de ideas, los niveles de ingreso de los pobladores de la zona central presentan diferencias importantes dependiendo de su localización al interior de la misma. Las familias que habitan en los barrios de San Sebastián, San Juan y San Cristóbal; así como aquellas que viven en la porción oriente de Mejorada y el sur de Santiago, presentan un nivel de ingreso bajo, de uno a dos VSM. Los pobladores de la mayor parte de Santiago, las partes oriente y poniente de Santa Ana, norte y poniente de la Mejorada y una buena porción del sector central, presentan un nivel de ingreso medio, que va de 2 a 5 VSM. Los que tienen ingresos altos, superiores a 5 VSM se localizan en porciones mucho más acotadas, en las calles 59, 60, 62 y la totalidad del Paseo de Montejo (Peraza Guzmán, M. 1997: 116).

En resumen, el centro tiene población predominantemente de clase media, comparada con la de clase baja que predomina en el sur de la ciudad, la media al poniente, la media alta al noroeste y la clase alta que se localiza en la porción norte (Ibíd).

En su conjunto la zona central ha sido fuertemente impactada por el aumento del comercio y la administración. Entre 1988 y 1996, los establecimientos comerciales aumentaron en 500% en toda la ciudad y casi el 50% de éstos se instalaron en el centro. También la concentración de mercados respecto al conjunto de la ciudad subraya la tendencia hacia la centralización. De la oferta total de mercados de abastos de Mérida, seis están en el centro; y sólo el Mercado Principal –Lucas de Gálvez contiene el 78% de la participación comercial, lo que hace que el 92% del sistema de mercados opere en esta zona (Peraza, Guzmán, M. 1997: 60).

La atracción que ejerce el centro en la estructura urbana obedece a que es sede de los soportes para actividades de intercambio, distribución, gestión, transmisión de información, entretenimiento y otras afines. Gran parte del equipamiento ubicado en la zona central tiene una escala de influencia que abarca toda la ciudad y se expresa en el ámbito estatal y regional.

El distrito central concentra la mayor cantidad de establecimientos del subsistema de administración y servicios públicos de carácter federal, municipal, estatal y paraestatal. La misma situación se presenta en cuanto a los servicios profesionales privados. La porción central del distrito es el preferido para la ubicación de oficinas y despachos, seguida por los barrios de Mejorada, San Sebastián y Santa Ana. Los servicios relacionados con el turismo se localizan principalmente en el sector central y en Santa Ana, sobre el Paseo de Montejo.

El centro contiene una gran cantidad de equipamiento recreativo y turístico, así como gran oferta de servicios y lugares de entretenimiento, aunque como ya vimos está distribuido de manera desigual. Las plazas, parques y jardines de los centros de los seis barrios, así como la Plaza Principal, los parques Hidalgo, de La Madre, Eulogio Rosado, etc., son los principales recursos para el ocio y recreación de los pobladores. A ellos se agrega el Parque de la Paz, y el Zoológico del Centenario, localizados en el extremo poniente de la zona central, importantes pulmones de la ciudad. El Centenario -un Chapultepec en pequeño- es lugar de reunión de cientos de familias, principalmente los fines de semana.

El Paseo de Montejo constituye un soporte de especial importancia para el distrito central y la ciudad en general<sup>20</sup>. Desde una perspectiva simbólica, el nombre con que se conoce, ya que no es cualquier avenida sino “*el paseo*” que

---

<sup>20</sup> En sentido estricto sólo la primera sección del Paseo, que inicia en Santa Ana y concluye en el monumento a Justo Sierra, debería incluirse en este distrito. Sin embargo, por sus características, su trazo, mansiones y monumentos que representan una etapa histórica decisiva de la ciudad, ha sido declarado parte del Centro Histórico hasta la glorieta del Monumento a la Patria.

lleva el apellido del conquistador de la ciudad; por haber sido asiento de la aristocracia henequenera “*la Casta Divina*” y las representaciones que suscita entre gran parte de los pobladores, contribuyen a su carácter especial como veremos en el capítulo V.

Además de ser una vialidad principal, por las características ya descritas, el Paseo de Montejo ha sido apropiado por los turistas nacionales y extranjeros para el trote y la caminata en sus amplias aceras. En las tardes y noches funciona como un paseo donde se puede acudir a sus restaurantes, hoteles, boutiques, tiendas de artesanías y admirar el majestuoso edificio del Palacio Cantón, sede del Museo de Antropología e Historia.

El distrito central concentra la mayor parte de la infraestructura turística: hoteles, restaurantes, bares, agencias de viajes, rentadoras de autos, servicios de autotransporte, etc. Aparte del equipamiento recreativo en los centros de barrios y las principales arterias de la zona central, aquí se ubican los edificios con arquitectura monumental, la imagen urbana con rasgos de la colonia y el siglo XIX y los lugares más pintorescos y típicos de la ciudad, buscados por los turistas.

Toda esta abundante oferta de actividades en la zona central ha ocasionado una continua transformación de su arquitectura y su ambiente. Gran parte de los edificios construidos siglos atrás fue modificada para adecuarlos a las nuevas actividades de tipo comercial y de servicios, buscando aprovechar su localización privilegiada y atraer el flujo de peatones y visitantes. Esto ha propiciado que sus moradores al ver deteriorado su ambiente se trasladen hacia otras zonas de la ciudad. Dicho movimiento repercute en la subutilización de la infraestructura ya establecida y con ello a su deterioro o cierre, el caso de los mercados de los barrios resulta ilustrativo. Con la construcción de supermercados, en varias partes de la ciudad, incluido el centro y la reducción de los pobladores de la zona central, los mercados de los barrios centrales han perdido la gran mayoría de sus clientes y muchos de ellos se encuentran en la decisión de cerrar o modificar su

giro, transformándolos en mercados artesanales o de flores (D.Y., 19 de abril de 1999, secc. local, p: 7).

El cambio de uso del suelo en la zona central ha producido una mayor rentabilidad de sus inmuebles. Los predios destinados al comercio y los servicios se benefician de rentas más elevadas por el cambio de uso del suelo y también de una plusvalía adicional por la economía de aglomeración, que genera un polo de atracción de clientes potenciales. La plusvalía determina que la explotación comercial del suelo central aumente y conduzca a la agudización del fenómeno de terciarización.

Los procesos de terciarización y la consecuente disminución de predios destinados para la vivienda se reflejan en las formas de utilización del espacio central. Varias secciones muestran una imagen de aglomeración y vitalidad durante el tiempo que permanecen abiertos los comercios y servicios. Al anochecer, una vez que éstos cierran y debido a que cada vez hay menos vecinos, muchas partes quedan relativamente vacías. Algunas calles bastantes conocidas –secciones de la 60 y 69- no quedan desocupadas, a ellas acuden otro tipo de usuarios –prostitutas, travestis y sus clientes-. Con esto se comprueba que ciertas partes del espacio urbano pueden tener más de una función o vocación en el transcurso del día. Durante la noche el tipo de actividades de estas calles las transforma en espacios peligrosos e inseguros.

#### **II.4. Flujos, desplazamientos y uso segmentado del espacio urbano.**

Considero las vialidades como elementos de suma importancia debido a que comunican las diferentes zonas y distritos de la estructura urbana, permiten la circulación, definen los flujos y desplazamientos de los pobladores e influyen en la localización de los soportes urbanos y los espacios públicos. La organización y disposición de las vialidades, junto con otros factores como el lugar de residencia,

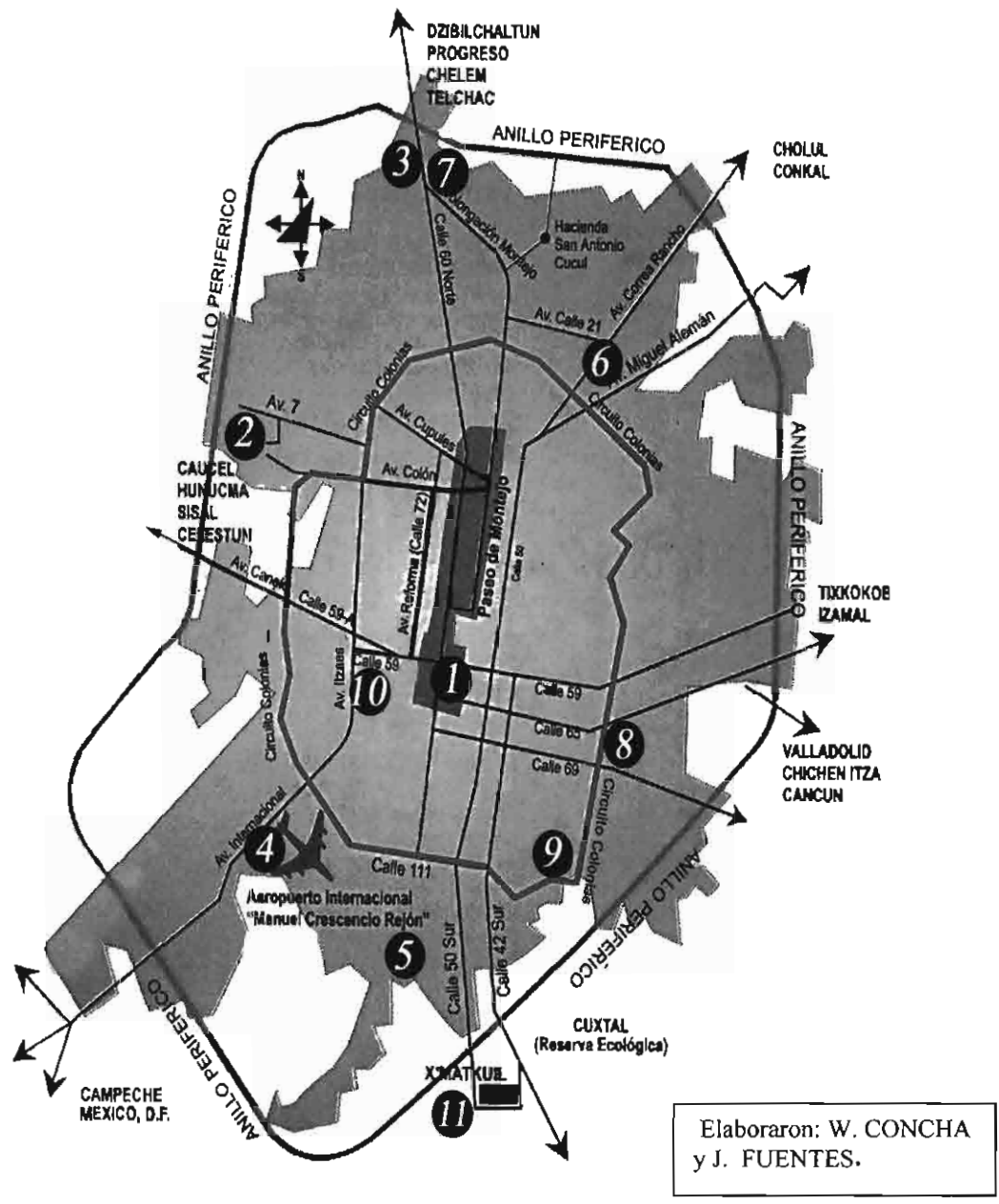
nivel socioeconómico y actividades de los actores; desempeña un papel importante en las formas de utilización del espacio urbano.

En esta última sección me interesa mostrar cómo intervienen las vialidades en la organización del espacio urbano y en los desplazamientos. Con ello pretendo relacionar espacio urbano (entendido como elemento objetivo y material) con la forma en que se usa a través de los movimientos o traslados de los actores. Propongo que éstos a través de estas prácticas rutinarias y habituales se relacionan con la ciudad, la identifican y la apropian.

Con el objeto de ofrecer al lector una idea aproximada de la cantidad y localización de las principales vías que comunican los diferentes distritos de la ciudad y de la ubicación de los principales soportes -incluyendo los dos espacios públicos que abordo en los siguientes capítulos-, que generan los desplazamientos de los pobladores, presento el siguiente plano.



**Localización de las principales vialidades, núcleos y soportes que generan desplazamientos intraurbanos**



- |                                 |                                     |                           |
|---------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| 1. Plaza Grande o Principal     | 2. Centro C. Plaza Dorada           | 3. Centro Siglo XXI       |
| 4. Aeropuerto Internacional     | 5. CERESO                           | 6. Centro C. Plaza Fiesta |
| 7. Centro C. La Gran Plaza      | 8. Centro C. Plaza Oriente          | 9. Unid Dep. Kukulcán     |
| 10. Parque-Zoológico Centenario | 11. Instalaciones Feria de Xmatkuil |                           |

De acuerdo con la capacidad del número de carriles y calidad de la infraestructura vial, Susana Pérez (1994) realizó un ejercicio de ubicación de las principales vías de comunicación que articulan la ciudad de Mérida. Para ello toma como parámetro la existencia de camellón<sup>21</sup>; clasificando las vialidades en 6 tipos. El primero es el de mayor capacidad y mejor nivel de infraestructura, es la vía con camellón intermedio y tres carriles en cada sentido. El segundo tiene dos carriles en cada sentido. El tercero también con dos carriles en cada sentido, carece de división. El cuarto tiene tres carriles de un solo sentido. El quinto es la calle de un solo sentido con dos carriles. El sexto es de un carril por cada sentido (Ibíd: 142).

Al interior del Circuito Colonias las calles de mayor aforo están dispuestas de manera radiocéntrica, sirven de distribución del centro hacia la periferia y viceversa. Al ser la parte más antigua de Mérida, ahora su capacidad resulta insuficiente para la cantidad de vehículos que circulan. La infraestructura vial en la zona central es prácticamente homogénea, pertenece a los tipos 4 y 5. Sin embargo, las calles que van al sur son de doble sentido y las que se dirigen a las otras zonas son de un sentido, lo cual indica que en los distritos sureños hay menor aforo vehicular (Ibíd).

Susana Pérez omite al referirse a la zona sur los impactos negativos para la circulación ocasionados por los soportes regionales allí instalados. El aeropuerto rompe la continuidad de las calles que corren de norte a sur en todo el tramo que va de la Avenida Itzáes hasta la calle 54. Lo mismo ocurre con la comunicación hacia el sector poniente ya que las pistas del aeropuerto se extienden en forma de V invertida, abrazando a una docena de colonias.

---

<sup>21</sup> La existencia del camellón no parece ser el principal elemento definitorio en la jerarquización de la vialidad. Considero que habría que agregar la cantidad y calidad de soportes que se ubican a lo largo de ella y los lugares y sectores que comunican. Por ejemplo, las Avenidas Colón y Cupules de Mérida, carecen de camellón, son de un solo sentido, pero son vialidades muy importantes. Sin embargo, la propuesta de Pérez, con algunas modificaciones puede ser útil.

Por otra parte, el Circuito Colonias<sup>22</sup> hizo las veces de circuito exterior, pues en varios puntos del norte, oriente y poniente era el límite de la ciudad en 1970, actualmente ha sido rebasado. Este circuito carece de homogeneidad en el ancho de sus vialidades, por ello hay diferencias de las vialidades que forman sus secciones. El tipo 2 es la vialidad predominante y algunos tramos del norte están formados por avenidas de 3 carriles en cada sentido. Tanto en el noreste como en el noroeste ya resulta insuficiente para el aforo vehicular. En un tramo del sur la vialidad es del tipo 3 (Pérez, S. 1995: 143).

Las vías más transitadas de la ciudad son la avenida Itzáes, el Paseo de Montejo, y sus prolongaciones y el Circuito Colonias en los tramos norte y poniente. Éstas son las de mayor capacidad, con tres carriles en cada sentido, el aforo vehicular en ellas está determinado por los usos del suelo que prevalecen en los sectores que atraviesan. Las calles del interior del Circuito que convergen en el centro también tienen un gran aforo, de acuerdo a su capacidad (Ibíd).

Las circulaciones más intensas, los ejes principales y la infraestructura vial y su calidad, decrecen por zonas de la ciudad en sentido norte-sur; de acuerdo con el nivel socioeconómico de los distritos que atraviesan. La segregación espacial de pobladores y soportes urbanos, también determina la cantidad de vehículos que circulan por cada distrito.

En el norte los ejes principales de circulación se encuentran intercomunicados, con una alta calidad y capacidad de infraestructura vial (tipos 1 y 2, avenidas con camellón intermedio de 3 y 2 carriles en cada sentido). Éstas muestran un gran aforo vehicular que corresponde al nivel de ingresos de sus habitantes y al emplazamiento de comercios y servicios en las principales vías de circulación. Cuenta con varias avenidas (del tipo 2) que actualmente no tienen gran

---

<sup>22</sup> El Circuito Colonias se empezó a construir en 1975 y la mayor parte se concluyó a principios de los ochenta, quedando unos tramos que se terminaron en los años siguientes.

afluencia vehicular, debido a que se encuentran en la periferia de la zona, donde hay una muy baja densidad poblacional.

En los distritos oriente y norponiente la convergencia de la circulación hacia el centro de la ciudad se interrumpe por unas cuantas calles intercomunicadas. Éstas son las zonas de transición entre el esquema radiocéntrico y la circulación intercomunicada. Las del oriente tienden más a la convergencia en el centro, pues a pesar de la existencia de varias avenidas (tipo 2), conectadas entre sí, no tienen el aforo vehicular para considerarlas vías principales. A diferencia de la zona noroeste que se inclina más hacia la intercomunicación (Pérez, S. Op. Cit).

En el poniente hay cuatro avenidas (tipo 2), pero no se conectan entre sí, ni con el Circuito Colonias, ni con la avenida Itzáes, por lo que aparte de una calle angosta, con un aforo vehicular importante, el tránsito en esta zona es repartido en las diferentes calles, sin que tengan mayor jerarquía una sobre otra.

En el sur las vialidades principales se caracterizan por su convergencia hacia el centro, éstas son de los tipos 5 y 6, de doble sentido y un carril en cada dirección; prácticamente no existen avenidas, con excepción de la calle 105 entre la 42 y la 60, con poco aforo vehicular, y el Circuito Colonias (Ibíd: 146).

Finalmente, el Anillo Periférico no puede pasarse por alto. Construido por etapas se inició hace 20 años y en 1994 fue ampliado a dos carriles en cada sentido, con amplio camellón central, haciéndolo más funcional. Rodea a la ciudad y tiene una extensión de 49 kilómetros, atraviesa una gran cantidad de colonias meridanas que por su expansión han llegado hasta la periferia. A lo largo del periférico hay numerosos expendios cerveceros, talleres automotores, empresas constructoras, industrias alimenticias, etc. (Montañez, D. y J. Gutiérrez: 25-28).

Resulta interesante destacar que la localización y tipo de establecimientos soportes y viviendas, a lo largo del periférico, varía notablemente según la zona que atraviesa, de acuerdo a la tendencia dominante de usos del suelo de las zonas y distritos urbanos. En el sur, cerca de la zona industrial, está ocupado por gran

cantidad de bodegas, talleres y fábricas<sup>23</sup>. En el tramo que comunica los asentamientos del sur con el oriente se han establecido varios giros negros: burdeles, centros nocturnos, bares, etc. La porción norte tiene otro tipo de instalaciones: unidades deportivas, escuelas privadas, haciendas transformadas en salas de fiestas, viveros y casas campestres. En el norte los talleres y fábricas son escasos, de industria ligera y poco contaminante, con excepción de la Siderúrgica (Ibíd: 25-28).

Por otra parte, los flujos que se presentan en la estructura urbana son ocasionados por la necesidad de utilizar los diversos soportes urbanos localizados de manera desigual y concentrada en la ciudad y guardan una relación directa con la disponibilidad y calidad de las vialidades y la oferta de transporte.

Gran parte de los ejes de funcionamiento regidos por la ubicación de zonas industriales, núcleos de servicios y el comercio en el centro, han permanecido con pocos cambios a lo largo de la última década, con excepción de la aparición de algunos nodos y ejes de servicios, y la consolidación de la Ciudad Industrial. En contraparte, la relocalización comercial, -nodos y subcentros promovidos por las plazas comerciales- en los distritos I y VII dio lugar a importantes flujos que no se presentan en otras zonas de la ciudad.

Los desplazamientos de población producidos por los ejes y nodos de servicios médicos, educativos, deportivos y oficinas públicas; cuyo establecimiento se remonta a más de dos décadas, ahora consolidados como núcleos de servicios a escala urbana y regional, si bien influyen en el funcionamiento de Mérida, no han tenido grandes cambios en las últimas décadas. En cambio, los centros de servicios médicos y turísticos de reciente creación, localizados en el límite de área central; los de servicios médicos, educativos y comerciales; y educativos y deportivos de la zona y el eje al oriente de la ciudad sobre el Circuito Colonias; y los del eje de

---

<sup>23</sup> Hay más de 180 empresas que abarcan industria alimenticia, de la construcción, extractiva, metalúrgica, aserraderos, la central de carga, etc.

servicios educativos y deportivos en el nordeste, han influido más en los desplazamientos.

La Ciudad Industrial genera flujos laborales importantes que incrementan el tráfico sobre la avenida Itzáes. Los medios para llegar a esta parte de la ciudad están dados en las vías principales del centro al poniente. Las industrias ubicadas fuera de la mancha urbana, sobre la carretera a Progreso, han incrementado los desplazamientos de pobladores que usan el transporte público para llegar a las maquiladoras, aumentando el tráfico en las circulaciones del norte.

Hasta la década de 1970 toda la ciudad se regía por un modelo urbano de tipo centrípeto, con la construcción de subcentros comerciales y de servicios, dicho modelo se modificó<sup>24</sup>. Actualmente la atracción de la zona central para los pobladores de los sectores del oriente y noroeste se ha reducido debido a la oferta de soportes urbanos, que ya señalé en páginas anteriores, haciendo que representen el 25% cada uno. Para los pobladores del sur, donde se mantiene un fuerte esquema centralizado, la influencia de la zona central en los desplazamientos es más alta: el 42%. Los desplazamientos de los habitantes de los distritos del norte hacia la zona central son los más bajos, el 8%, lo que comprueba la escasa relación de la zona y su relativa autonomía del centro (Pérez S. Op. Cit: 172).

La zona norte tuvo cambios importantes debido al establecimiento de centros de abasto y servicios. La relocalización territorial del comercio y, específicamente, del gran comercio si ha impactado la organización y funcionamiento de la ciudad. Al salirse del centro el comercio se trasladó al norte, donde se encuentra la población de mayores recursos económicos que cuenta con automóvil. El cono norte de la ciudad se caracteriza por una mayor proporción en el uso de automóviles

---

<sup>24</sup> La convergencia de flujos hacia el distrito central todavía continua y obedece a la organización de las rutas del transporte público. Exceptuando las dos rutas del Circuito Colonias, y la de Hospitales y Plazas Comerciales, todas convergen o parten del centro de la ciudad. Los vehículos particulares contribuyen al saturamiento del centro, ya que ingresan 750 unidades por hora y representan el 40% de los viajes que se realizan en la ciudad.

privados. Aquí por lo general los desplazamientos se dan al interior del mismo distrito, debido a que cuentan con suficiente oferta de bienes y servicios, sus pobladores no tienen necesidad de desplazarse a otras partes de la ciudad. Los vínculos del norte con el centro se deben a flujos laborales, la conexión predominante es la establecida entre la población de otros distritos que acude al norte para trabajar, pasando por el centro y los habitantes que residen en el norte y van al centro a trabajar.

En el oriente y norponiente, donde hay plazas comerciales, supermercados, tiendas departamentales, escuelas universitarias públicas; se da una zona de transición entre la fuerza de atracción del centro y los procesos de descentralización. La población predominante es de ingresos medios, una buena cantidad de pobladores de estos distritos cuenta con vehículo privado, por lo cual pueden desplazarse a cualquier parte de la ciudad, sin depender del transporte público. El establecimiento de centros de abasto y los servicios que en torno a éstos se han ido asentando, aminoró los flujos y desplazamientos de estos distritos hacia el centro (Pérez, S. Op. Cit: 174).

En los distritos sureños donde no hay grandes establecimientos comerciales y la población generalmente carece de vehículo privado, los colonos realizan buena parte de sus actividades: el abasto de productos alimenticios de consumo diario, la educación primaria y en algunos casos, hasta la secundaria y la recreación. Cuando se presenta la necesidad de abastecerse de productos alimenticios más especializados, de otros productos, servicios o empleo, los pobladores se desplazan básicamente al distrito central o incluso a la zona norte.

Por último, los desplazamientos de los pobladores de las zonas norte, nororiente y norponiente hacia la zona sur son poco frecuentes, debido a la localización en sus propias zonas, o en la zona central, de la mayoría de los satisfactores, bienes y servicios que requieren. Los soportes que ameritan la necesidad para viajar al sur son muy pocos, no se utilizan de manera cotidiana, sino más bien esporádica y obedecen a motivos particulares. El viaje en avión,

(Aeropuerto); la visita a los juzgados y/o los presidiarios, (CERESO); o a los cementerios y panteones. Otros soportes que generan desplazamientos hacia el sur son los asociados al esparcimiento: la visita anual a la Feria de Xmatkuil, que incluye actividades comerciales, ganaderas, artesanales y espectáculos de artistas nacionales; los partidos de fútbol y béisbol de la Kukulcán y las visitas a los *giros negros*, ubicados en el sur oriente del Periférico. Las pocas instalaciones que obligan a los desplazamientos diarios son las facultades de la UADY, que imparten carreras que no ofrecen las universidades privadas del norte, o las oficinas, comercios y fábricas de la Ciudad Industrial.

Así, a través de la localización de actividades, soportes y personas, el espacio urbano se segmenta en diferentes zonas y distritos, en los que se refuerzan las tendencias de los usos y funciones. Los extremos de la ciudad de Mérida son el norte, como zona moderna, atractiva, asiento del gran capital, que aspira a constituirse siguiendo los modelos de la urbanización norteamericana, principalmente Miami. La zona sur, en cambio, es el arquetipo de la ciudad centroamericana, con mayoría de pobladores de origen indígena, pobre y donde el déficit de servicios e instalaciones fomenta los elevados índices de violencia juvenil. Dentro del conjunto de la estructura urbana, propongo que el sur cumple la función del “*patio trasero*”, la “*región posterior*” que plantea Giddens (Op. Cit).

A partir de la descripción y explicación de la estructura urbana de Mérida que desarrollé en este capítulo, propongo que la conformación particular de dicha estructura determina las formas de relacionamiento de los actores con el espacio urbano, que se presenta por medio de sus desplazamientos. La lógica que determina la organización espacial fomenta o alienta las formas de utilizarlo o rechazarlo. El espacio urbano abstracto no existe para los usuarios, éstos ocupan y transitan por lugares y espacios concretos de su ciudad.

Asimismo las tendencias que prevalecen en los desplazamientos y en los viajes intraurbanos en el caso de Mérida, obedecen a la disponibilidad de



vialidades y soportes que hay en los distritos. Debido a la desequilibrada distribución de éstos en la estructura urbana, los actores hacen un uso regionalizado de las partes y distritos de su ciudad. Quienes disponen de suficientes recursos económicos y habitan en las colonias de los distritos mejor equipados no frecuentan aquellos que no les resultan funcionales ni atractivos.

La relación de los pobladores de los distritos urbanos del norte con el resto de la ciudad es reducida, sus desplazamientos se realizan al interior de sus colonias y fraccionamientos<sup>25</sup>, o hacia el extremo norte del estado –fuera de Mérida- gracias a la autopista que comunica la capital con el puerto de Progreso. Aquí han construido sus residencias y condominios en las playas del litoral yucateco ubicado a 25 kilómetros del norte meridano.

Esta forma de utilización fragmentada del espacio urbano coincide con las observaciones presentadas en el apartado sobre prácticas y apropiación del espacio del capítulo I. La estructura urbana conformada por los procesos económicos, políticos y sociales ya revisados, impone su legalidad y lógica a los pobladores. Propongo que la forma en que se encuentra organizado el espacio urbano condiciona las interacciones diarias de los habitantes. Coincido con Lechner en que a través de la observación de los desplazamientos se puede explicar que el uso diferencial del espacio urbano resulta significativo y torna evidentes los procesos de segregación social (Op Cit: 49).

En un contexto de estructura urbanas complejas como el caso de Mérida, los pobladores no pueden recorrer o utilizar el espacio urbano como unidad y se relacionan con fracciones o partes de su ciudad. Esto es lo que denominé en el

---

<sup>25</sup> El caso de Mérida resulta similar a los resultados de Lechner sobre Santiago de Chile, donde encuentra una descentralización de las áreas de ingresos altos y medios respecto al centro de la ciudad, y una alta proporción de viajes desde zonas de ingresos medios y bajos al resto de la ciudad. Esto, según el autor, se explica debido a que los sectores de mayores ingresos tienen dentro de su zona la mayoría de los servicios que necesitan y, no requieren salir de ella para satisfacer sus necesidades de vivienda, educación, esparcimiento, abasto y empleo (Op. Cit: 49).

capítulo I “*relacionamiento regionalizado del espacio urbano*”. Por último, propongo que no existe una forma homogénea de usar la ciudad debido a la naturaleza segregada y segmentada de la organización de su estructura urbana. Por el contrario, la lógica que determina su funcionamiento, la localización y el desplazamiento de los actores en el espacio meridiano, conduce a formas diversas y plurales de usarlo.

Después de haber dedicado las páginas anteriores a la descripción y explicación de la estructura urbana y aproximarme desde una perspectiva general a su utilización, en los siguientes capítulos centraré la atención en dos lugares que por sus características y funciones resultan ilustrativos de los usos del espacio urbano y permiten la construcción de los imaginarios. Busco acercarme a la ciudad a través de niveles y escalas más acotadas y delimitadas: dos tipos de espacios públicos: La Plaza Grande o Principal y el Centro Comercial Plaza Dorada. Lugares que sin embargo, no pueden explicarse sin considerar la escala más amplia: la estructura urbana, están influidos por ella y a su vez la modifican. Me interesa mostrar quiénes utilizan dichos lugares, sus motivos, cómo lo hacen, cómo los apropian y sus imaginarios urbanos.

## Capítulo III

# La Plaza Principal de Mérida: historia, características y funciones, actores, usos e imaginarios.

### III.1. Introducción.

La estructura territorial presentada en el capítulo II permite apreciar la organización socioespacial de Mérida. Sin embargo, en virtud de su complejidad y dimensiones es muy difícil que los pobladores la utilicen o recorran en su totalidad en forma cotidiana. Propongo que la relación actor-ciudad se realiza a través del uso cotidiano de ciertos “locales” –como los espacios públicos-, que debido a las variadas funciones que tienen hacen posible el desarrollo de diversas prácticas urbanas.

En este capítulo presentaré el estudio de uno de los espacios públicos más significativos de Mérida, la Plaza Principal<sup>1</sup>. Ésta con más de 458 años de existencia ha sido el centro neurálgico de la ciudad, epicentro geográfico, económico, político y cultural. Por ello condensa el tiempo y espacio local y tiene un importante papel en la historia meridana y yucateca.

Considero que la plaza constituye un espacio urbano privilegiado con características de *front region*, propuesto por Giddens (Op. Cit). Es el escenario que los meridianos presentan con orgullo a sus visitantes como lugar que sintetiza la historia y cultura de Mérida. Ha sido sede de múltiples acontecimientos: la fundación de la ciudad, el ajusticiamiento del indio maya Jacinto Canek, las luchas federalistas que llevaron a la separación de la

---

<sup>1</sup> Conocida como “Grande”, “de la Independencia”, “de Armas”, “de la Constitución” y “Zócalo”; en adelante me refiero a ella con los dos nombres más comunes “Grande” y “Principal”.

Península del resto del país y de las acciones revolucionarias del general Salvador Alvarado. Sin soslayar que ha sido teatro privilegiado de los fastuosos eventos para agasajar a la emperatriz Carlota Amalia y al general Porfirio Díaz, y en años recientes ha recibido a diversos representantes de la realeza contemporánea y personajes como el Papa Juan Pablo II y el presidente norteamericano William Clinton.

Eventos, visitantes y ceremonias han contribuido a la construcción de significados culturales especiales sobre la plaza, que se reflejan en la memoria urbana colectiva de los meridianos. Además de su importancia histórica y simbólica, todavía conserva gran parte de las funciones y significados como lugar de los intercambios sociales que originalmente le fueron asignados y de otros que sus actores fueron construyendo a lo largo de varios siglos de uso cotidiano. Usos y actores imprimen un contenido social particular al lugar.

La plaza es un entorno construido que incluye espacios, instalaciones, edificios de gran valor histórico y, lo más importante: actores sociales diversos y heterogéneos que interactúan, comparten y se la apropian, a través de un amplio repertorio de prácticas urbanas. Éstas reflejan, en gran medida, la forma como está organizada la sociedad meridana. En este sentido propongo considerar la plaza como *lugar*, desde la perspectiva de Augé, (1994) y Ortiz (1998) e intento demostrarlo en las siguientes páginas.

En este capítulo presento los resultados de la investigación sobre la plaza pública para explicar las formas concretas cómo los actores la utilizan y perciben y cómo sus prácticas influyen en la construcción de sus imágenes e imaginarios urbanos. Expongo la información a través de varias secciones que buscan llevar a la comprensión del lugar desde diferentes acercamientos, enfoques y metodologías.

### **III.2. La Plaza Principal: orígenes y evolución del espacio público central de Mérida.**

A lo largo del siglo XVI los españoles formalizaron el proceso de ocupación de gran parte del territorio americano que condujo a la fundación de numerosas ciudades. La fundación como evento político significaba el designio, apoyado en la fuerza, de ocupar la tierra y afirmar el derecho de los conquistadores. Consistía en una ceremonia no exenta de gran parafernalia: un pequeño ejército de españoles, comandado por un sujeto investido de autoridad incuestionable, llegaba a determinado lugar y previa elección se instalaba en él, a fin de mantener en forma permanente un sitio con pobladores hispanos. Un sacerdote, daba una misa, se presentaba un plano de la futura ciudad al Cabildo, se registraban los nombres de los conquistadores y los primeros vecinos (Romero, J. L. 1976: 45-48).

El sitio escogido para la localización de Mérida no fue arbitrario ni decidido por el azar. Montejo “el Adelantado” indicó claramente a su hijo Montejo “el Mozo”, que debía ubicar la capital provincial junto o dentro del cacicazgo de los *peches*, ya que éstos, junto con los *xiues*, habían ofrecido alianza pacífica a los conquistadores (López de Cogolludo, D. 1954. T. I: 265-266). El lugar seleccionado fue *T'hó*, aunque éste a la llegada de las tropas de Montejo estaba abandonado y en ruinas, mantenía su función religiosa (Vázquez Pasos, L. 1990: 22). La fundación de la capital de Yucatán sobre las ruinas de una ciudad maya con funciones religiosas significó, desde la perspectiva simbólica, el dominio de un espacio sacralizado al que se impondría una nueva religión y gobierno.

Otros motivos de importancia obedecieron a cuestiones más pragmáticas. *T'hó* tenía importantes construcciones de “cal y canto”, útiles para el resguardo provisional de los conquistadores. Además, los basamentos de los edificios mayas proporcionaban un buen sitio de defensa en caso de ataques de los

indígenas y podían ser usados como materiales para la construcción de la ciudad.

La fundación de Mérida por Francisco de Montejo “el Mozo” se realizó el 6 de enero de 1542. Fue un acto de gran solemnidad debido a que se trataba de la ciudad que sería capital de la Provincia de Yucatán. López de Cogolludo explica que Montejo llegó al lugar donde ahora se localiza la Plaza Principal y proveyó ante Rodrigo Álvarez –escribano del Juzgado- un auto, donde jurídicamente constase como fundaba la ciudad en nombre y para servicio del Rey (Op. Cit). De acuerdo con el historiador Molina Solís el nombre de Mérida le fue impuesto debido a que las ruinas de los edificios mayas recordaron a los conquistadores la Mérida de Extremadura, España (1943).

Aunque formalmente Mérida fue fundada el 6 de enero de 1542, en sus primeros meses no existía más que nominalmente. La traza no se hizo inmediatamente, carecía de las instalaciones más elementales, los conquistadores se alojaron en rancherías desperdigadas, ocupando las antiguas casas de paja de los mayas. Era pues una idea asentada sobre las ruinas de la antigua *Ichcaanzihó*, era plan, diseño o designio por materializarse (Fuentes, J. y M. Rosado. 1993: 20).

Once meses después el conquistador logró estabilizar el gobierno y responder las reiteradas demandas de los vecinos para iniciar la construcción de Mérida. El 29 de diciembre de 1542 Montejo presentó un pergamino con el dibujo de la ciudad y lo entregó al Cabildo. El 22 de enero el Cabildo notificó a los propietarios de solares en la traza que disponían de veinte días para limpiarlos, para que los diputados pudiesen medir y compasar la ciudad (López de Cogolludo. Op. Cit: 283). A partir de dicho momento se sientan las bases para que la traza urbana pasara del papel al espacio físico e iniciara su construcción (Fuentes, J. y M. Rosado. Op. Cit: 21).

Montejo obedeció las disposiciones dictadas en 1523 por el emperador Felipe II para el trazo de las ciudades en territorio americano. Así Mérida fue

concebida con una traza en forma de damero, con manzanas cuadradas divididas en cuatro solares iguales. La ciudad originaria consistía de aproximadamente 20 manzanas, incluyendo las destinadas a los servicios: plazas públicas, iglesia, cabildo, palacio episcopal, etc. La traza de Mérida -realizada por Juan Sosa y Velásquez- debió de consistir en un plano sencillo y práctico, adaptado al lugar que reflejaba el esquema urbano propuesto para las ciudades del Nuevo Continente, en las primeras décadas del siglo XVI y consolidado por la Ley de 1573 (Ibíd: 21).

A diferencia de la Mérida española fundada por los romanos, la nueva Mérida fue una creación consciente y pulcramente cartografiada. Sus ciudadanos compartían la comprensión del correcto orden de los hombres y las cosas, y demarcaron y enmarcaron los lugares que serían sedes o escenarios de los intercambios cruciales de la vida social: el núcleo o corazón de la ciudad. Este centro geométrico y simbólico es y ha sido el cuadro central ocupado por la Plaza Mayor, espacio fundacional, núcleo originario desde donde irradiaría la ciudad novohispana de forma ortogonal, siguiendo el modelo de cuadrícula con sus edificios principales, calles, viviendas y demás instalaciones. Esta planificación permitía una fácil y rápida ordenación del espacio y la distribución jerarquizada de las cuadrículas entre los colonos.

Los edificios que rodean la Plaza Principal no dejan la menor duda de la importancia simbólica que se le atribuyó -y sigue asignando- al espacio central meridiano. La imponente Catedral de más de cuarenta metros de altura y el Palacio Episcopal, ubicados al oriente; la Casa Real, el primer Cabildo, la Alhóndiga y la cárcel pública, en el costado norte. Toda la manzana situada al sur de la Plaza Principal fue destinada para la residencia del conquistador Montejó<sup>2</sup>, como recompensa por el éxito de su campaña militar. El sector

---

<sup>2</sup> El pórtico labrado de la Casa Montejó expresa el dominio de la cultura hispana sobre la indígena y constituye el monumento más importante de arquitectura civil de la época colonial de México. Respecto a las descripciones del significado particular de cada una de las figuras

poniente estuvo desocupado muchos años debido a un gran cerro coronado por un templo maya, que afectaba la traza urbana cuadrículada e impedía continuar en línea recta las calles. Los registros históricos mencionan la existencia del cerro hasta 1611, para el siglo XVIII fue allanado y ahí se ubicó el nuevo Ayuntamiento. Todos estos inmuebles, sedes de las instituciones vinculadas con el funcionamiento de las estructuras de dominación -que permitían la organización de la producción y reproducción de la sociedad y de la ciudad-, constituyeron los *equipamientos del poder*<sup>3</sup>.

Concuerdo con Aledo Tur que la plaza simbolizaba la cohesión de los cuatro poderes participantes de la conquista (1999: 232). La Corona Española representada por la casa del gobernador; la iglesia católica por la Catedral; la empresa de conquista por el palacio del Adelantado; y los intereses del grupo de colonos-encomenderos, por el edificio del Cabildo. Estos edificios, sedes de los representantes de los poderes, por su peculiar arquitectura, enmarcaron de manera especial la Plaza Mayor, confiriéndole un carácter singular que ningún otro espacio podía tener.

Esa “unicidad” se expresa en un significado simbólico que refuerza su función primada, como espacio privilegiado y focal, centro de la empresa colonizadora. Comparto la idea de Aledo Tur que: *“El entorno edificado representaba simbólicamente el orden social instituido al formalizar física y espacialmente las diferencias entre quienes poseían riqueza y poder y quienes no. En este marco urbano y funcional la plaza ejercía un papel fundamental como centro espacial y simbólico de la ciudad de Mérida”* (Op. Cit: 230).

Coincido con quienes proponen que el entorno construido está ideológicamente diseñado para afectar la percepción del espacio; ciertas formas construidas se convierten así en recursos para la legitimación de las relaciones

---

de la fachada existen varios estudios: Rubio Mañe, I. (1941); Ancona, E. (1878) y Vázquez, G. (1983).

<sup>3</sup> Fourquet, Francois y Lion Murard (1978).



sociales establecidas (Smith y David, 1995: 442). Creo igual que Giddens (1984) que las formas construidas, además de objetos físicos son instrumentos de reproducción social que expresan, mediante los códigos arquitectónicos, la centralidad y preeminencia de los poderes de los españoles sobre los indígenas.

Considero igual que Roberto Segre que a través de la plaza la élite española organizaba un sistema de signos que reflejaban los poderes políticos, religiosos, militares y económicos (1975: 125). La plaza, era expresión del sistema de colonización representado a través del lenguaje arquitectónico de sus edificios. *“La plaza era y todavía en muchos sitios es, una manifestación del orden social, de las relaciones entre los ciudadanos y de éstos con el Estado”* (Jackson, citado por Low, Setha. Op. Cit: 76).

Lo anterior muestra claramente las interpretaciones que sociólogos, urbanistas, arquitectos, historiadores y antropólogos han propuesto para entender el significado de la Plaza Mayor hispanoamericana como un instrumento para transmitir e imponer la ideología del grupo dominante. Para decirlo en palabras de Dora Crouch, Daniel Garr, y Axel Mundigo; el espacio rectangular central, circundado por la catedral, edificios administrativos, casas de pósito y aduanas, y más tarde las residencias de la élite, representa la doble jerarquía de la iglesia y el estado *“concebidos y ejecutados como vehículos de propaganda, simbolizando y encarnando la civilización”* (Citados por Low, Setha. Op. Cit: 76).

Más allá de los problemas relacionados con el significado de la Plaza Mayor, durante más de dos siglos y medio de dominio hispano fue el lugar principal de las interacciones de los pobladores mericanos. Aunque el modelo de urbanización colonial insistió en la segregación étnica y racial, regulando y restringiendo el establecimiento de indígenas en el interior de la traza, no pudo impedir el tránsito y circulación de los mismos en la ciudad, incluso en su espacio principal y privilegiado: la Plaza Mayor.

Propongo que uno de los factores que impedían la restricción para el tránsito dentro de la Plaza Principal fue -y sigue siendo- su función de espacio público, lugar abierto y diversidad de usos<sup>4</sup>. El mercado de la ciudad estaba hacia el sureste de la Catedral, la historiadora Martha Espejo explica que, sin embargo, la Plaza Mayor fue tradicionalmente el lugar preferido del mercado (Citada por Fuentes, J. y M. Rosado. Op. Cit: 24).

La ubicación del mercado en la plaza permitía su utilización -durante gran parte del día- por una gran cantidad de pobladores indígenas. Desde el amanecer llegaban vendedores de productos animales, vegetales y manufacturas, para ofrecerlas a las familias hispanas que mandaban a sus sirvientes indígenas para comprarlos. Esto hacía de la plaza, durante la jornada matutina, un lugar mayoritariamente indígena. Este hecho cuantitativo debió impactar de manera cualitativa en los usos y lecturas del entorno construido. Creo -como Aledo Tur- que el uso cotidiano de la plaza por los indígenas debió propiciar formas de apropiación y elaboración de significados particulares entre ellos (Op. Cit.). Desgraciadamente no existen evidencias de estas prácticas urbanas en las fuentes históricas.

Por otra parte, las principales familias hispanas se instalaron en derredor de la Plaza, comenzando por la de Francisco de Montejó quien se reservó toda la manzana del sector sur. Otros encomenderos que residían frente a la plaza fueron Cristóbal de San Martín, Alonso López, Hernando de Bracamonte, Juan de Esquivel y Martín de Palomar (Fuentes, J. y M. Rosado. Op. Cit).

Los residentes que tenían sus viviendas alrededor o junto a la plaza monopolizaban los lugares que se contagiaban del valor simbólico del lugar,

---

<sup>4</sup> En cambio la segregación espacial según criterios raciales si se pudo cumplir en las iglesias. Éstas fueron asignadas a diferentes grupos étnicos, y se impedía la asistencia de un grupo que no perteneciera a dicha parroquia. También en los primeros años existieron restricciones para que los indígenas vivieran dentro del perímetro de la ciudad hispana y que los españoles se asentarán en los barrios indígenas, pero diversos factores influyeron para que estas ordenes no se cumplieran, ver Fuentes, J. y M. Rosado. Op. Cit.

emanado de la acumulación de poderes que concentra. Esa apropiación les permitía aumentar su estatus y posición dentro de la comunidad urbana. Sin embargo, no es fácil explicar cómo se produce ese traspaso de poder simbólico desde el entorno construido a los habitantes de las casas que rodean a la Plaza Mayor.

Una de las hipótesis plausibles se basaría en el hecho de que en la Plaza Mayor se producía y concentraba un poder real y las personas que allí residían tenían un acceso más directo a la valiosa información proveniente de las sedes del Gobernador, Episcopado, Alcalde, etc., ubicadas en derredor de la plaza (Aledo Tur, A. Op. Cit: 14).

Por otro lado, las Reformas Borbónicas del siglo XVII, sobre todo en su segunda mitad, impactaron la traza de las ciudades americanas tratando de reorganizarlas y modernizarlas. Mérida, aunque no en la misma medida que otras ciudades novohispanas, se trazó y planificó según los principios del proyecto borbónico. Las nuevas políticas enfatizaban la reorganización territorial a escala urbana y regional para una administración más eficiente y mejor control de las ciudades (Espadas Medina, A. 1993: 45-64).

El nuevo diseño urbano arquitectónico obedecía a conceptos de progreso y modernización para transformar las ciudades. Intentaba la recuperación del espacio público -organizado y controlado por las corporaciones religiosas- y crear nuevos lugares para diversificar y reducir el poder de las congregaciones. La ubicación de la Catedral y el Palacio Episcopal, en el costado oriente de la Plaza de Armas, permitía al poder eclesiástico un control relativamente eficiente de los usos y funciones del principal espacio público de la ciudad, regulando las actividades y personas que podían hacer uso del mismo.

La transformación de la centralidad para quebrar la ideología física urbana centralista eclesiástica se hizo por medio de la creación de nuevos polos urbanos. Éstos generaron cambios, nuevas actividades de intercambio cultural, social y económico con otra orientación ideológica: diversiones, producción y

comercio. Con ello se pretendía competir con el espacio central, reduciendo el monopolio de la Plaza Mayor como ordenador del espacio urbano, de la cultura y de la sociedad. La transformación de la imagen de esta plaza como principal y central se inicia con la construcción de los Portales de Granos y de los de la Pescadería, a medio kilómetro al sur de la plaza (Espadas Medina, A. Op. Cit: 64).

Con el mismo propósito, en el último tercio del siglo XVII, se trazan y construyen nuevos soportes urbanos que serían hitos: paseos, mercados, parques y alamedas: el Paseo de Figueroa, que partía de la esquina nororiente de la Plaza Principal -en la actual calle 60- y concluía en la Alameda de Santa Ana. Se proyecta en 1788 el Paseo de San Antón, organizado alrededor de la Ciudadela -perímetro conformado por las actuales calles 65, 56, 54 y 69-. Y el famoso y añorado por la elite meridana Paseo de la Alameda, de Gálvez, o popularmente conocido como Paseo de las Bonitas, construido en la calle 65 (Ibíd).

Espadas plantea que este paseo, así como el conjunto de obras realizadas en torno a la Ciudadela de San Benito, jalonaron la vida pública y social al sureste de la ciudad, contribuyendo a romper la centralidad ideológica de la Plaza Mayor (Op. Cit: 71). Considero que estos soportes urbanos, más que romper la centralidad ideológica de la Plaza, la redujeron sin borrarla. Admito que desde la perspectiva laicista -de las Reformas Borbónicas-, el espacio público se contagió de una cultura más moderna y racionalista. Sin embargo, en la medida que los poderes, comercios y residencias de las familias más prestigiadas permanecieron durante todo el periodo colonial en o cerca de la Plaza, ésta mantuvo gran parte de sus funciones primadas.

A pesar de la política borbónica que trataba de romper la centralidad de la Plaza Mayor, la asistencia a ella se mantuvo nutrida, aunque es probable que los usos y desplazamientos de las personas, reflejaran las diferencias étnicas y de clase. Arcel Espadas propone la hipótesis de que la segregación podría haber

operado por la delimitación de los espacios determinados por dos rejas concéntricas. En la central concurriría la élite y en la zona inmediata, asistirían las personas de su confianza. En las calles perimetrales estarían los indígenas, negros y mulatos, generalmente sólo en las celebraciones parroquiales, porque en días normales los toques de queda virtuales o reales los mandarían al área perimetral de los cuarteles centrales (Op. Cit: 71). Aunque resulta interesante esta hipótesis, Espadas olvida que en el siglo XVIII ya había indígenas comerciantes o artesanos acomodados en el interior de los cuarteles centrales (Ver Fuentes, J. y M. Rosado. Op. Cit.), y que la Plaza Mayor mantenía algunas funciones de mercado público, por lo que era frecuentada también por indígenas.

La principal plaza meridana sufrió importantes modificaciones a mediados del siglo XVIII, algunas casas se demolieron para levantar nuevas de dos plantas acordes con el gusto de la época (Millet Cámara, L. 1983 b). Durante el periodo borbónico destaca la construcción de portales en los costados de la Plaza Mayor. El único portal existente -el del Palacio de los Capitanes generales- fue prolongado en dirección poniente hasta la Casa del Alguacil. Las Casas Consistoriales -sede del Ayuntamiento- son dotadas de portales en 1741, y a su derecha se levantan los portales en lo que fue el edificio de El Olimpo construido en 1783.

En la primera mitad del siglo XIX dos hechos de importancia cambiaron el nombre del lugar; al proclamarse la Carta de Cádiz, en 1812, el espacio central fue bautizado como "*Plaza de la Constitución*", y en septiembre de 1821, al declararse la independencia de Yucatán, se le denominó "*Plaza de la Independencia*" (Álvarez, J. 1988: 5204).

A partir de 1870 el auge henequenero y el desarrollo de la economía yucateca, impulsaron la restauración de edificios públicos, templos y casas particulares, principalmente en la zona de la Plaza Principal y sus alrededores.

La Casa de los Gobernadores fue sustituida por el edificio del actual Palacio del Gobierno, de dos pisos y ancho portal de arquería (Ibíd: 5205).

Durante el periodo revolucionario el general Salvador Alvarado (1915-1918) ordenó a su ejército la destrucción de altares retablos e imágenes de la Catedral y otros templos. El gobierno alvaradista ocupó el antiguo Palacio Episcopal, reconstruyó sus corredores interiores, cambió su fachada colonial, por otra afrancesada con dos musas sosteniendo sendos cuernos de la abundancia y allí se instaló el Ateneo Peninsular. También ordenó la demolición de parte de la sacristía de la Catedral y las capillas de San José y del Rosario, para construir el Pasaje de la Revolución, cubierto con una estructura de cristal, retirada en 1937 (Ibíd: 5207).

Para la segunda mitad del siglo XX se dan otras modificaciones en el aspecto de la Plaza Principal. En octubre de 1974 se derriba el edificio de amplios corredores y dos pisos llamado el Olimpo, contiguo al Palacio de Ayuntamiento. Durante más de dos décadas ese espacio se convirtió en estacionamiento de taxistas y en el Parque de los Compositores. En 1999 el Ayuntamiento lo destinó para construir el Centro Cultural de Mérida, conocido popularmente como Nuevo Olimpo, inaugurado en enero de 2000.

Un estudio sobre la plaza explica que estuvo cerrada en su parte central por un enverjado con cuatro entradas en las esquinas, dividido su interior con grandes arriates. En el exterior del enverjado corrían dos calles que en su parte media tenían jardines. Posteriormente el enverjado cerró el perímetro de toda la plaza y se aumentaron las cuatro entradas laterales. Durante el gobierno de Manuel Cirerol se sembraron los laureles de la India sustituyendo a los antiguos árboles (Cámara, F. 1948: 37-38).

Por otra parte, la plaza fue teatro privilegiado de diversos eventos sociales. La recreación de los meridianos en el siglo XIX se basaba en general en festividades cívicas y religiosas: un hecho de armas, la ordenación del Arzobispo, el cumpleaños de la emperatriz Carlota, etc.; que en su mayoría se

realizaban en la Plaza Mayor. Un ejemplo de éstas se dio durante la visita de la emperatriz Carlota en 1864, con motivo de su llegada se declararon cuatro días feriados y se realizaron festejos con bandas militares. En los portales del Palacio Municipal se colocaron grandes retratos de los soberanos y en la Plaza Mayor se realizaron retretas (Sánchez Novelo, F. 1995: 5).

Durante el Porfiriato la ciudad se moderniza, modificando el paisaje del perímetro central con la apertura de comercios destinados a las familias pudientes. Varios de éstos como lencerías que expendían mercancías europeas se ubicaban frente a la Plaza o sus inmediaciones. Ahí se localizaron los principales clubes sociales, teatros, cinemas, restaurantes, cafés y, en fin, la mayoría de servicios que definen la vida y cultura urbanas.

Otras importantes transformaciones de la plaza se dieron durante el gobierno de Olegario Molina, quien se propuso impresionar al presidente Porfirio Díaz en su visita a Mérida. Con este propósito libró a la plaza de su viejo enverjado, pavimentó con adoquines franceses sus calles, la embelleció con jardines y completó la arboleda de sus calles exteriores. Mejoró las bancas, instaló un moderno sistema de alumbrado, creando una plaza estética y agradable. Con ello se tornó el centro de la vida social y urbana, el principal escenario público donde damas y caballeros exhibían las últimas creaciones de la moda europea, lugar de paseo y de elaborados intercambios verbales que fueron las delicias de la burguesía meridana y de quienes acudían a admirar, con cierta distancia, el espectáculo ofrecido por sus actores.

Las transformaciones realizadas durante la Colonia, Independencia y Porfiriato, modificaron la fisonomía del espacio central meridano, aunque la vida social siguió, en gran parte, girando en torno a su Plaza. En el siglo XX el auge económico se reflejó en la Plaza que fue el asiento privilegiado de los vehículos del transporte urbano público. A lo largo de varias décadas de este siglo alojó en su derredor calesas, tranvías, automóviles de alquiler y autobuses.

En la primera mitad del siglo XX las familias pudientes, como expliqué en el capítulo II, inician el éxodo hacia las colonias del norte de la ciudad a través de prácticas urbanas auto-segregacionistas. Simultáneamente fueron seguidas por la infraestructura urbana y de establecimientos comerciales, como las plazas comerciales, cuya información presentaré en un capítulo posterior. En un contexto de cambios en la estructura urbana de Mérida, en los sesenta se presenta la expansión de las actividades comerciales, lúdicas, y de servicios educativos, financieros, etc. fuera del perímetro inmediato a la Plaza Principal. Esto marcaría el tipo de actores que a partir de entonces la utilizan y las formas concretas de apropiaciones, funciones y significados culturales y simbólicos que le asignan a este lugar.

Esta apretada reconstrucción debe ubicarse como parte del proceso metodológico para investigar los cambios y continuidad histórica de aspectos sociales y culturales que han marcado las características de este espacio público, sus funciones, significados y prácticas urbanas de sus actores sociales a lo largo de más de 458 años de existencia. He considerado necesario introducir la perspectiva histórica para enmarcar y explicar las condiciones de esos procesos en los que los grupos sociales han ido adecuando sus marcas de identificación, ampliando o reduciendo los usos de este espacio público.

### **III.3.El entorno y el entornado de la Plaza Grande de Mérida.**

Además de la perspectiva histórica, otra forma de acercarse a la plaza es a través de las maneras de percibirla, es decir, desde los puntos de vista en un sentido físico o ideológico y las posiciones desde donde se puede contemplarla. Los puntos de vista pueden ser proyectados por distintos grupos sociales, pero también por los diferentes lugares de la plaza, por las maneras de vivirla o de referirse a ella (Wildner, K. 1998: 156).



Como expliqué en el primer capítulo la percepción visual interviene de forma importante en la conformación de la imagen urbana. A través de la mirada -de lo que se observa y desde dónde se hace- de los diversos edificios que conforman el conjunto arquitectónico, los actores sociales construyen sus imágenes de la plaza.

Con el objeto de ofrecer al lector las múltiples posibilidades de puntos de vista y de los intercambios sociales que se realizan en este espacio, a continuación presentaré la relación de predios y las funciones que encontré durante la investigación. Posteriormente describiré y analizaré las actividades y prácticas urbanas de los usuarios que lo frecuentan..

Tomando como punto de arranque el eje formado por la confluencia de las calles 60 y 63 los edificios que rodean la plaza son: **Dos** en el lado oriente, el Museo de Arte Contemporáneo Ateneo de Yucatán (MACAY) y la Catedral. **Tres** en el norte, el Palacio de Gobierno, el Pasaje Picheta y la Casa del Alguacil Mayor. **Cuatro** en el sector poniente, el Centro Cultural de Mérida “Nuevo Olimpo”, el Palacio Municipal, el Centro Cubano, y la que fuera residencia de Augusto Peón. **Cinco** en la parte sur, la panificadora Montejo, la casa donde nació el literato José Peón Contreras, la Casa de Montejo, la librería ABC, y el edificio de “El Gallito”.

Estos catorce predios sirven para asiento de las autoridades civiles y religiosas, comercios y servicios. Albergan, entre otros giros, restaurantes, videojuegos, casas de cambio, agencias de viajes, puestos de revistas, refresquerías, y bancos, así como tiendas de artesanías, de productos naturistas, de trajes y telas. En total son más de ochenta establecimientos de negocios. En las esquinas que deja el cuadrángulo, están los restaurantes “El Louvre” y “Plaza Serenata”, la “Casa Cárdenas” y la zapatería “Canadá”.

Veamos continuación los usos y actividades de los edificios:

Costado sur.

**El Gallito**<sup>5</sup>, aloja tres zapaterías, una farmacia y una tienda de cosméticos y regalos. En la planta alta hay oficinas y bodegas. **La Casa de José Peón Contreras**, el segundo piso lo ocupa una tienda de artesanías y el resto un establecimiento de videojuegos, una tienda de artesanías, un cajero automático y una librería. **La panadería Montejo**, la parte del predio que mira a la plaza aloja una refresquería y una panadería y el resto a otros establecimientos que dan a la calle 62. En su segundo piso aloja un bufete y bodegas.

Costado poniente.

**La Casa Peón**, aloja al hotel “San José” y establecimientos de videojuegos, estética, productos naturistas y dos tiendas de artesanías. **El Centro Cubano**, edificio que colinda con el Palacio Municipal, está ocupado por una paletería. **El Palacio Municipal**, alberga oficinas del Ayuntamiento, incluyendo el despacho del Alcalde y la sala de los regidores. **El Centro Cultural de Mérida Nuevo Olimpo**, conjunto cultural recién inaugurado, de arquitectura posmoderna. Entre los servicios que ofrece se incluyen: auditorio, centro de apoyo e información computacional, sala de exposiciones, videosala, salas de uso múltiple y librería-cafetería.

Costado norte.

**El Palacio de Gobierno**, sede de oficinas del gobierno del Estado, incluyendo el despacho del gobernador. En la planta alta, frente a la plaza, funciona el salón de la Historia -decorado con 27 murales del pintor Fernando Castro Pacheco, que recrean pasajes de la historia yucateca-. **El Pasaje Picheta**, conjunto comercial y cultural formado por tiendas de revistas, artesanías, discos, restaurantes, agencia de viajes, terraza, sala de exposiciones y oficinas administrativas. **La Casa del Alguacil Mayor**, uno de los sitios más concurridos de la Plaza Grande por turistas que acuden a sus restaurantes, casa de cambio, la tradicional dulcería y heladería Colón y una tienda de artesanías.

---

<sup>5</sup> Edificio famoso por haber alojado a la emperatriz Carlota Amalia durante su visita.

Costado oriente.

**La Catedral de San Ildefonso**, principal templo católico de la ciudad, de arquitectura plateresca con dos torres que sobrepasan los 40 metros de altura, posee una cúpula adornada con arcos botareles y conserva parte del reloj que funcionó hasta 1940. **El Museo de Arte Contemporáneo Ateneo de Yucatán**, inmueble que alberga las 14 salas del (MACAY). Edificio de arquitectura ecléctica, adornado con estucos y la escultura de dos musas griegas, un cuerno de la abundancia y un águila nacional de frente.

Edificios ubicados en las esquinas.

**La Casa Cárdenas** (Cruce de las calles 63 y 62). Predio de estilo florentino en abandono, cuya fachada e interior están transformados y mutilados. En su planta baja funcionan tres tiendas de ropa, una de bolsas para damas, dos zapaterías y un negocio de fotocopiado. **El Louvre** (Cruce de las calles 61 y 62). En los años 30 surgió el restaurante que dio nombre a esa esquina, cerrado en el otoño de 1999. Hoy día en la planta baja funcionan una estética, un establecimiento de fotocopiado, una tienda de ropa, una de guayaberas, dos de artesanías, una lencería, un estacionamiento y un establecimiento de deportes. **El Restaurante Plaza Serenata** (Cruce de las calles 60 con 61). En su planta baja funciona un restaurante-bar y un expendio de lotería. En el piso superior hay oficinas privadas, despachos, una agencia de publicidad y una tienda de artesanías. **La Zapatería Canadá** (Cruce de las calles 60 y 63). Edificio destinado a la venta de calzado de una cadena nacional.

Todos estos edificios de estilos arquitectónicos variados, expresan intereses económicos, políticos y sociales de instituciones públicas y privadas. Proporcionan diversos servicios y cumplen varias funciones, que junto con las que ofrece la plaza, como espacio público central de la ciudad, atraen a una gran cantidad de personas, tanto pobladores locales, como visitantes nacionales y extranjeros.



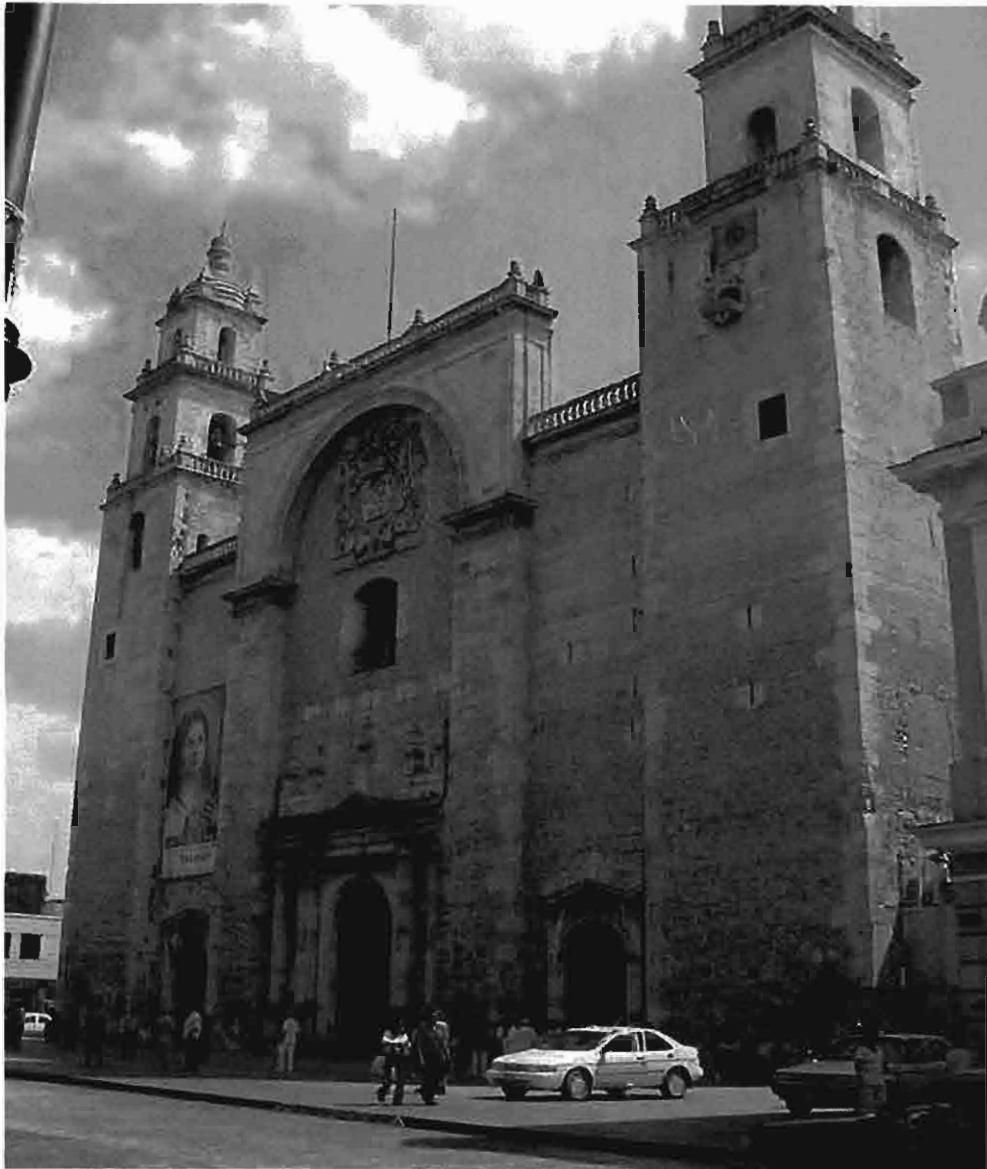
Fachada de la Casa de Montejo, sede de las oficinas de Banamex



Plaza Serenata



Portales de la Casa del Alguacil



Catedral de San Ildefonso



Palacio de Gobierno



Casa Cárdenas, calles 62 por 63



Esquina del Louvre, calles 61 por 62



Edificios del costado sur de la Plaza Grande. Calle 63 entre 60 y 62, primer plano “El Gallito”



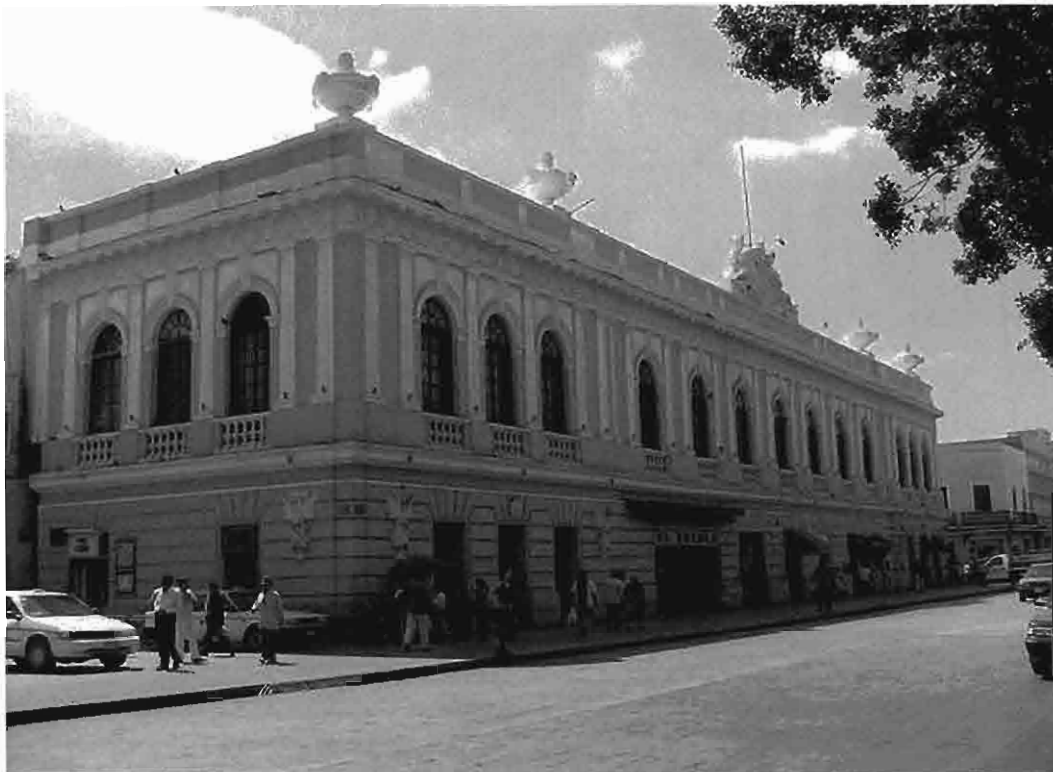
Torre del Palacio Municipal



Calle 63 a las seis de la mañana



Calle 60 por 61 y 63 a las diez de la mañana



Edificio del Ateneo Peninsular, sede del Museo de Arte Contemporáneo



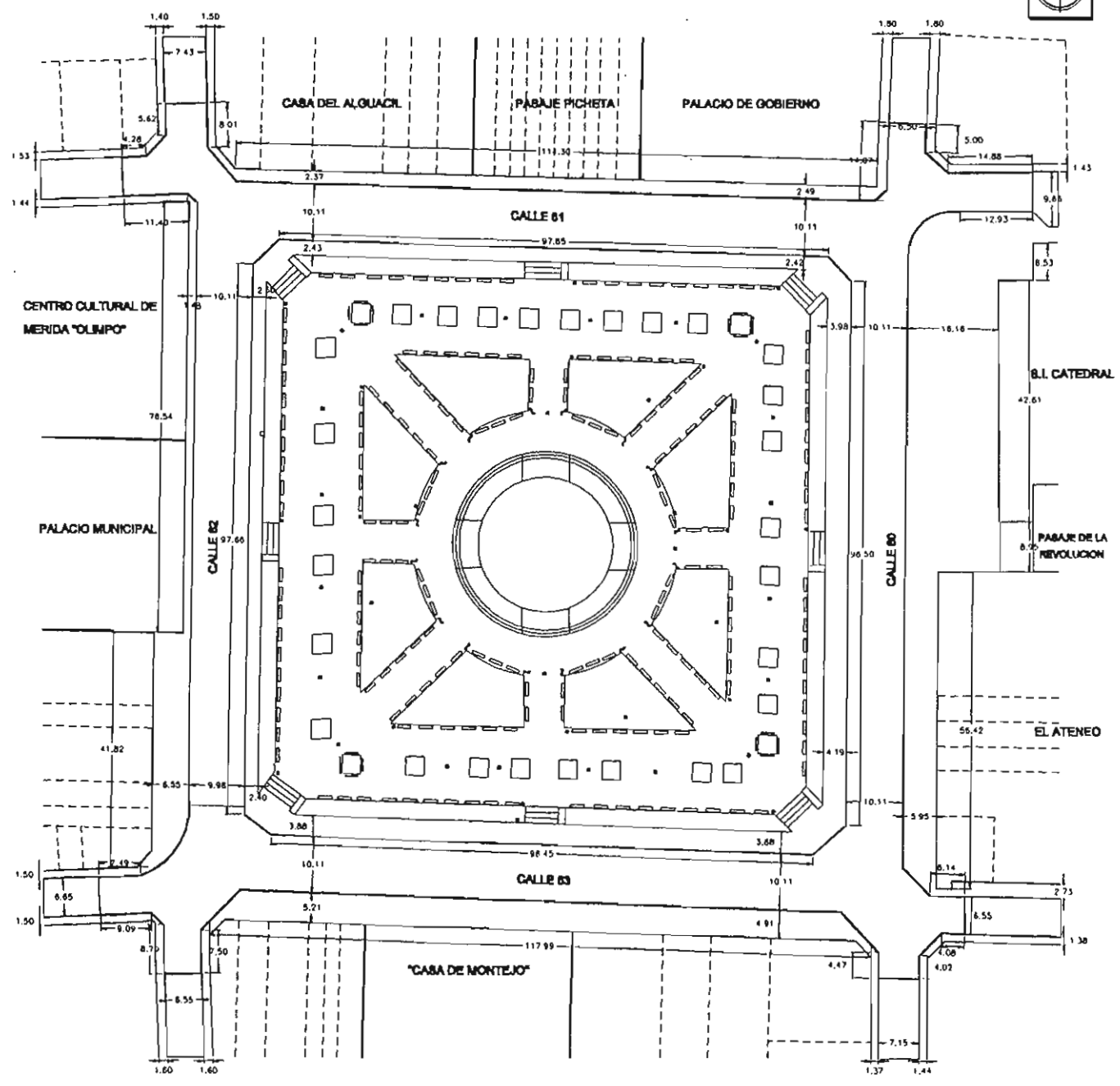
### III.3.1. Configuración y características del interior de la plaza.

La Plaza Principal se extiende sobre un área de aproximadamente 100 metros por lado, con una superficie total de 10,000 metros cuadrados, de los cuales 7047 corresponden a calzadas y explanada central y 2953 a jardines. Está rodeada por 3560 metros cuadrados de aceras o banquetas y delimitada por las calles siguientes: al oriente la 60, al norte la 61, al poniente la 62 y al sur la 63 (Ver plano de la siguiente página).

Su ubicación como manzana central desde donde irradia la ciudad le confiere un significado simbólico redundante, centra a la ciudad y es centro de su centro, que es a su vez -desde 1986 según la legislación urbana municipal-, Centro Histórico de la Ciudad de Mérida. La Plaza Grande es, por tanto, eje geográfico y de la memoria histórica.

El espacio ocupado por la plaza no es uno más ni cualquier área, desde ella se ha organizado la configuración territorial y urbana de la ciudad. Como ámbito de expresión de la cultura urbana fue el principal escenario para la exhibición durante los tradicionales paseos dominicales que fueron las delicias de la vida citadina.

En torno a su kiosco decimonónico -ya desaparecido-, hombres y mujeres se desplazaban en forma circular en diferentes sentidos y, por ende, en diversa perspectivas, lo que permitía, como propone Miguel Ángel Aguilar citando a Mircea Eliade, *“recorrer el círculo de las tradiciones y crear igualmente un centro de gravitación social en el espacio donde el tiempo siempre vuelve”* (1995: 52). Esa doble circularidad del tiempo y el espacio propiciaba la cohesión simbólica que expresaba los elementos de la cultura de la plaza, (permitía) de ahí mirarla como componente de un sistema cultural con referentes espaciales (Aguilar M. 1995: 52).



Hasta antes de los setenta (ver Capítulo II), cuando se inicia la segmentación de la estructura urbana meridana, la plaza ejercía una fuerte atracción centrípeta y constituía uno de los lugares más valorizados para el emplazamiento de la mayoría de las actividades económicas, políticas y culturales<sup>6</sup>. Todavía es zona crucial de flujo vehicular motivado por la confluencia del sistema vial que atraviesa sus calles y la ubicación en sus alrededores de la mayoría de los paraderos de transporte urbano colectivo: autobuses, minibuses, combis, vagonetas, taxis y calesas para turistas<sup>7</sup>.

Como resultado de patrones culturales relacionadas con el uso del espacio ciudadano central, la organización del espacio interior de la plaza es similar a la de muchas plazas hispanoamericanas y mexicanas. En su centro se encuentra un pequeño zócalo o basamento donde está el asta de la bandera nacional. De esta sección irradian ocho calzadas, cuatro de ellas comunican a todos los puntos cardinales y las restantes a cada una de las esquinas.

Las calzadas dividen su superficie en ocho áreas similares que albergan jardines con setos, arbustos con plantas y flores y 69 añejos árboles de la especie *Ficus Indica* -los famosos laureles de la India- que proporcionan sombra y fresco al lugar y 76 palmas de varias especies. Tiene, además, cuatro calzadas más amplias que las anteriores que rodean la plaza -paralelas a las aceras- que se unen con las que corren en dirección a la parte central.

Además de sus funciones de plaza cívica, en cuyo epicentro se realizan las ceremonias y honores a la bandera, es usada como parque central destinado

---

<sup>6</sup> Como expliqué en el Capítulo II el distrito VIII, al que pertenece la Plaza Grande, ha perdido o reducido varias de sus funciones. En un contexto de metropolización la plaza todavía tiene peso en la organización del espacio urbano, pero con la construcción de otros polos urbanos ya no posee el monopolio en cuanto a la centralidad de las funciones y actividades.

<sup>7</sup> De acuerdo con mis observaciones durante el trabajo de campo el 80% de las unidades de transporte público -considerando sólo autobuses y minibuses- tenían paraderos localizados a menos de cuatro cuadras de la plaza, el 10% a menos de 6 cuadras de distancia y el otro 10% a menos de 8 cuadras.

urbano necesario para estas actividades: 48 farolas de alumbrado, 16 basureros, 48 casetas telefónicas y 207 bancas de madera y hierro fundido.

Una de las características de parte de su mobiliario son los 16 “confidentes”<sup>8</sup>, asientos de cemento exclusivos para dos personas, cuyo diseño en forma de letra S (ese) propicia el diálogo. Éstos son los preferidos por las parejas de enamorados que buscan la comunicación sin ser molestadas y por turistas que las usan para sentarse y tomarse fotografías.

### Vista panorámica de la Plaza Grande o Principal.



---

<sup>8</sup> Los “confidentes” han pasado a formar parte de los símbolos distintivos utilizados por la Dirección Municipal de Turismo para fomentar la imagen tradicional de Mérida como ciudad del romanticismo que reproducen en carteles, postales y folletos.

La organización del espacio, los jardines, calzadas y el mobiliario del lugar constituyen el escenario adecuado para el despliegue de una gran diversidad de prácticas de los actores que acuden por diferentes motivos y razones.

A pesar de la gran afluencia de personas que utilizan la plaza durante todo el día se encuentra relativamente limpia, gracias al trabajo continuo del personal del Ayuntamiento que la arregla y asea por la mañana y la tarde. Como *“región frontal”* (Giddens, A. Op. Cit.), *“fachada”* o *“rostro”*, es el principal escenario que representa la imagen histórica de la ciudad que se exhibe a turistas, autoridades, políticos y personalidades que visitan Mérida; por ello no puede ni debe tener un aspecto de suciedad ni abandono.

#### Vista panorámica de la Plaza Grande



### **III.3.2. Un acercamiento etnográfico a los actores y rutinas.**

La plaza recibe personas que laboran en ella en forma cotidiana y continua desde hace varias décadas y forman parte del escenario del sitio. Los empleados del Ayuntamiento dedicados al mantenimiento, los responsables de la seguridad y vigilancia que son de dos tipos: los uniformados comunes y la policía turística; lustradores de calzado y vendedores ambulantes de pirulís, chicles, pequeños juguetes, cigarros al menudeo, etc. También es espacio de trabajo de niños pequeños de uno y otro sexo que piden limosna y, en menor medida, de mujeres y hombres dedicados a esta actividad.

La importancia del turismo, como una de las principales actividades económicas de Mérida, se expresa a través de sus actores más conspicuos, una veintena de hombres vendedores de artesanías yucatecas: hamacas, sombreros tejidos de palma y camisetas impresas con imágenes representativas de la región. Estos comerciantes deambulan por toda la plaza siguiendo a los turistas y ofreciéndoles en inglés y español sus productos.

Los turistas nacionales y extranjeros -principalmente norteamericanos y europeos-, constituyen un tipo particular de usuarios efímeros del sitio y le dan un aspecto cosmopolita. Se distinguen por su aspecto físico y su peculiar forma de vestir; algunos varones usan camisetas y pantalones cortos, sombreros tropicales y cámaras fotográficas o de video. Los turistas realizan formas estereotipadas de utilización del lugar. Algunos se bajan de los autobuses turísticos y se dirigen a la parte central, desde donde toman fotografías de los edificios históricos: Catedral, Ateneo, palacios de Ayuntamiento y Gobierno y Casa de Montejo<sup>9</sup>. Otros se acercan a éstos para observar sus detalles, escuchar las explicaciones de quienes fungen como guías o consultar sus guías impresas en sus propios idiomas.

---

<sup>9</sup> Cabe aclarar que éstos son los sitios de interés recomendados por las guías turísticas extranjeras, nacionales y locales.

Llama la atención que durante los días laborables la plaza tenga muy escasa población infantil que asista con fines de diversión o esparcimiento, esto obedece a la ausencia de amenidades y atracciones destinadas a ellos. Esto se modifica los domingos cuando se observa mayor cantidad de niños debido al programa *Mérida en Domingo*. Éste ofrece, en el espacio abierto de la plaza y en los edificios circundantes, espectáculos gratuitos: funciones de títeres, payasos, cómicos, bailes regionales, tríos, además, venta de antojitos y artesanías de todo tipo.

Una primera diferencia entre los actores de la plaza es el lugar de origen, aunque recibe turistas nacionales y extranjeros, la gran mayoría de personas que la visitan son yucatecos de diversos municipios del estado y de Mérida. Esto como veremos con mayor detalle más adelante marca los usos, rutinas y apropiaciones.

La plaza es un lugar frecuentado mayoritariamente por pobladores masculinos, aunque no exclusivamente. Acuden mujeres pero en menor proporción, además, generalmente éstas la usan en forma breve como lugar de tránsito. Pocas la usan para sentarse a descansar, las personas del sexo femenino que si lo hacen son turistas o de origen indígena del interior del estado o mujeres muy jóvenes como las estudiantes. Según mis observaciones, de lunes a sábado predomina la presencia masculina, durante estos días por cada 10 personas sentadas en la plaza 6 son del sexo masculino. Los domingos y días especiales cuando se realizan conciertos, bailes, festivales, etc. aumenta la cantidad de mujeres de Mérida.

Por sus significados históricos y simbólicos, su localización en la estructura urbana, el tipo y calidad de soportes urbanos que la rodean, la cantidad y heterogeneidad de sus usuarios y por su naturaleza multifuncional, la plaza constituye un espacio de interacciones e intercambios culturales. Para una gran cantidad de usuarios que la recorren y se apropian de ella de forma cotidiana es el “lugar” en los términos antropológicos.

Los actores que confluyen en ella -en diferentes momentos del día y del año-, determinan una particular configuración social que la hace extremadamente maleable y plástica. Por ello el estudio exhaustivo de un lugar con tales características es sumamente complejo. Los usuarios y actividades matutinas son distintos a las vespertinas y nocturnas, las de ciertos días son diferentes a las de otros, etc<sup>10</sup>. Sin embargo, a través de la etnografía intentaré describir -en forma general- los principales actores y sus actividades para encontrar el sentido que tiene la Plaza Principal, tanto para la ciudad como para sus usuarios.

La jornada matutina de lunes a viernes inicia desde temprano. A partir de las siete de la mañana las personas que acuden a realizar sus actividades: trabajo, escuela o algún asunto; la atraviesan en forma diagonal para dirigirse a los paraderos de autobuses, ubicados a pocas calles. Una buena parte de ellas llevan objetos en sus manos: periódicos, portafolios, libros y cuadernos, carpetas de plástico con documentos; o colgados de sus hombros: bolsas para el mandado conocidas localmente como “*sabucanes*”, o bolsas deportivas tipo “*back pack*” con herramientas para realizar su trabajo.

Estas personas se dirigen a sus tareas y obligaciones y utilizan el sitio de forma efímera y de paso, para ellos la plaza es el no-lugar propuesto por Augé. Generalmente muy pocos permanecen sentados, parte de sus rutinas incluye mirar el reloj municipal para organizar su tiempo. A diferencia de los individuos de las grandes metrópolis que se desplazan apresuradamente, estos meridianos no parecen tener ninguna prisa.

---

<sup>10</sup> La plaza es sede de infinidad de actividades de todo tipo: plantones, huelgas, mítines políticos, cierres de campaña, ceremonias cívicas como la del grito de independencia, las de la fundación de la ciudad, homenajes, conciertos musicales, desfiles militares, festivales infantiles, serenatas, bailes y un gran etcétera. Por razones de espacio limitamos nuestro objetivo a la etnografía de los días de actividad cotidiana y no de celebraciones especiales.



Por su ubicación central la plaza durante todo el día y la noche es atravesada por miles de personas que se desplazan de una a otra parte de la ciudad en transporte colectivo. Sus calzadas funcionan como corredores de un gran andén que permite la circulación de los pobladores que realizan el trasbordo de las diferentes rutas de autobuses y taxis colectivos que convergen en las calles cercanas. Para quienes la usan de esta forma la plaza es un espacio público en el sentido propuesto por Manuel Delgado “*espacio transversal o itinerante, espacio tránsito, zona de transición, territorio situacional o circulatorio, lugar movimiento o no-lugar*” (1999: 37-41).

Durante las 8 y 9 horas se presenta otro tipo de usuarios entre los que sobresalen hombres y mujeres de los municipios yucatecos que llegan a Mérida para realizar trámites, solicitudes, compras, etc. La mayor parte de ellos presenta aspecto indígena y se comunican entre ellos en lengua maya, aunque también hablan español. La mayoría de las mujeres usa vestimenta tradicional yucateca -hipiles y rebozos-. Generalmente utilizan las bancas cercanas al Palacio de Gobierno y esperan sentadas a las autoridades de las distintas dependencias que se localizan en este edificio.

Paulatinamente se agregan los vendedores de artículos para el turismo, aunque son ambulantes la mayor parte se localiza en las bancas cercanas a la calle 61 -frente a los restaurantes y cafés de los portales del norte de la plaza que frecuentan los turistas-, y en los pasillos paralelos a la Catedral y la Casa de Montejo, donde se estacionan los autobuses turísticos.

Gran parte de los asientos de la calzada del costado oriente -paralela a la calle 60- se ocupa en la mañana por una gran cantidad de hombres dedicados a diversos oficios de poca calificación: albañiles, plomeros, carpinteros, electricistas, etc. Se les reconoce por su aspecto y vestimenta, generalmente llevan bolsas tipo deportivo o *back packs* con logos de marcas internacionales

como Adidas, Nike, Reebok, o Tommy Hilfiger<sup>11</sup>, donde tienen sus herramientas de trabajo. Varios de ellos portan gorras de béisbol y pasan el tiempo conversando, leyendo alguna revista o los periódicos. Esperan la llegada de algún particular que los requiera para trabajar o de los contratistas que tienen a su cargo obras de construcción en diferentes partes de la ciudad.

Cerca de las 10 horas la asistencia de personas aumenta con la llegada de un grupo de hombres mayores de 50 años, jubilados o pensionados. Se ubican en diferentes partes de la plaza, en los pasillos que van del área central a la esquina sureste y el que comunica con la Catedral y también en el costado sudoeste ((Barceló Pech, A. 1997: 55).

El pasillo del costado sur en su mayor parte es ocupado por decenas de hombres con dos oficios particulares: toreros y músicos. Los primeros se asientan en forma dispersa en las bancas que miran hacia el centro de la plaza, desde la esquina del Gallito hasta la esquina de la Panadería Montejo. Los músicos usan ese mismo costado pero, a diferencia de los primeros, prefieren las bancas que miran hacia la calle 63. Debido a que es el grupo más numeroso ocupa la mayor parte de las bancas.

También los toreros y músicos ocupan la plaza como oficina de contrataciones donde esperan a sus clientes. La apropiación del lugar que realizan desde hace varias décadas es conocida y reconocida por muchos meridianos e incluso por pobladores de otros municipios de la península. Cuando las autoridades de algún municipio necesitan de sus servicios para amenizar las fiestas y ferias, acuden a la Plaza Grande para encontrarlos.

Barceló Pech en 1997 observó un grupo de mujeres dedicadas a la prostitución en la Plaza Grande desde la mañana. Su número decrecía por la tarde y aumentaba en las noches. Barceló explica la lógica de la localización

---

<sup>11</sup> Estas bolsas por supuesto no son las originales que ofrecen las tiendas deportivas de lujo, son las versiones económicas o “piratas” que se expenden en la zona del mercado Lucas de Gálvez.

particular de las prostitutas en determinados sitios debido a las diferencias en cuanto a características y atributos físicos. Las más jóvenes y atractivas -pertenecientes a la categoría superior- se apropiaron por costumbre y tradición las bancas del costado este. Las de mayor edad y poco agraciadas -de menor categoría- se instalaban en la porción oeste. La distribución de estas mujeres en la plaza permite apreciar jerarquías expresadas a través de normas de ocupación tácitas, conocidas y respetadas por ellas y sus clientes. Las del costado este no se “rebajan” a trabajar en el costado oeste y éstas no se “atreven” a rebasar los territorios de las primeras (1997: 56-57).

Cabe aclarar que durante las semanas que realizamos trabajo de campo en forma continua en el lugar, no detectamos grupos de prostitutas, ni por la mañana ni aún de madrugada. Lo más que observamos fue algunas mujeres -en forma aislada- que presuntamente podían estar asociadas a la prostitución. Esto no invalida las afirmaciones de Barceló, muestra más bien el resultado de las campañas de vigilancia puestas en marcha por las autoridades municipales.

Los lustradores de calzado son el otro grupo que usa la plaza durante la mañana. Como mencioné están distribuidos en forma dispersa, con excepción del área cercana al asta bandera. Tienen lugares fijos asignados por su sindicato desde el primer día que empezaron a trabajar en este sitio. Esto permite a sus clientes tener la certidumbre de encontrarlos siempre en el mismo lugar y hace posible establecer relaciones estrechas de confianza entre ambos. De esta forma algunas personas llevan varios pares de calzado que dejan a los boleros y pasan por la tarde o al día siguiente a recogerlos, sin preocuparse de perderlos (Barceló Pech, Op. Cit: 70).

El área central que aloja al asta es poco utilizada por la mañana y el medio día. El único momento que atrae personas es durante la ceremonia de los honores a la bandera que se realiza a las 8.00 horas, al concluir ésta las bancas que la circundan quedan semidesiertas. La poca atracción que ejerce esta zona

obedece a la ausencia de árboles que ofrezcan sombra y ayuden a mitigar las altas temperaturas de la región.

En el lapso que va de las 13:00 a las 15:00 horas la afluencia de las personas disminuye sensiblemente, muchas de ellas ya han retornado a sus hogares. La distribución de individuos que usan el lugar como centro de trabajo es similar a la que la ocupa por la mañana, pero se observa una reducción del número de personas.

Entre las 15:00 y 17:00 horas diversos grupos que están por la mañana se han marchado. Los pensionados y las personas de los pueblos que acuden a realizar trámites al Palacio de Gobierno ya no se encuentran. Permanecen los vendedores de artículos para el turismo, algunos albañiles, plomeros, electricistas, etc. y músicos y toreros. También se reduce el número de boleros, permaneciendo aproximadamente el 60% de los que estaban por la mañana.

Debido a que por la tarde la plaza se usa menos como sitio de trabajo, hay mayor oferta de asientos libres que paulatinamente son ocupados por otro tipo de personas. Entre éstas observamos a meridianos que regresan de sus actividades y se dirigen a los paraderos de autobuses, varios permanecen algún momento sentados descansando, observando a la gente, las palomas que revolotean en la porción central, o disfrutando de la brisa.

Los *commuters* que diariamente viajan de otros pueblos y ciudades a trabajar a Mérida, observan el reloj de la torre del Palacio Municipal esperando que llegue la hora de salida de los vehículos que los llevarán a sus lugares de origen.

Aproximadamente a las 18:00 se llevan a cabo los honores a la bandera, que es retirada por los soldados para su resguardo en el Palacio de Gobierno. Justo antes del anochecer tiene lugar una actividad que convoca a bastantes personas, la presentación de mimos y payasos. Se instalan en el área del asta bandera y ahí llevan a cabo su espectáculo que incluye sátira política. A veces

los payasos invitan a personas del público -incluso turistas- a representar algún sencillo papel.

Con el crepúsculo, el aspecto de la plaza se modifica por la iluminación de las farolas y el alumbrado especial de la mayoría de los edificios históricos que la circundan. Adquiere una atmósfera especial, particularmente atractiva y relajada, además, al ponerse el sol la temperatura resulta más agradable que la de la mañana.

La cantidad de personas que van de noche a la plaza es menor que la que se presenta durante la mañana. Pero más importante que el aspecto cuantitativo resulta la dimensión cualitativa que adquiere a través de la configuración social de los actores. Si en la jornada matutina es apropiada, en lo general, por personas de sectores bajos: trabajadores de poca calificación, indígenas, etc.; por la noche recibe un mayor número de personas, quienes por el aspecto de su vestimenta parecen ser de sectores socioeconómicos medios.

La plaza sigue recibiendo personas que la atraviesan, o que la usan como lugar de encuentro, parejas de enamorados y turistas. Permanecen algunos lustradores de calzado hasta las 22 horas, los niños que venden chicles y quienes piden limosna. A éstos se agregan otros vendedores en triciclos que ofrecen elotes -en el área cercana al asta bandera-, sin ser molestados por los policías.

El ambiente nocturno convoca y provoca a otro tipo de usuarios y actividades. Los principales actores que encontré durante la jornada nocturna son cuatro: los trovadores, los homosexuales varones, el grupo de intelectuales, bohemios y los “*cazagabachas*<sup>12</sup>” de diferentes edades.

---

<sup>12</sup> La palabra *gabacho* es de origen francés, se refiere a la forma como se designaba a los extranjeros. Los *cazagabachas* son hombres cuya actividad consiste en buscar extranjeras para salir con ellas y obtener compañía, objetos y prestigio de casanovas. Estos individuos forman parte de las ciudades receptoras de turismo internacional. Son actores urbanos que recuerdan a los descritos en los estudios de la Escuela de Chicago, ver Hanners, Ulf (1986).

Los primeros están conformado por varios tríos o cuartetos que ofrecen sus servicios a los que desean llevar serenata a sus novias o enamoradas. Conviene recordar que la música yucateca es bastante reconocida en el ámbito local, a pesar de los ritmos musicales modernos sigue siendo parte de la identidad y cultura del meridano y resulta atractiva para muchas personas. Los músicos en general son mayores de cuarenta años y se les reconoce por el uso de las tradicionales guayaberas. Llegan aproximadamente a las 22 horas, se instalan en las aceras frente al Palacio Municipal, cuando llueve atraviesan la calle hacia los portales del Ayuntamiento y el Nuevo Olimpo, otros se ubican frente a la Catedral y el Ateneo.

Los homosexuales varones son parte de los actores sociales que identifican a la plaza durante la noche, aunque hay de diversas edades en su mayor parte son menores de cuarenta años y muchos de ellos menores de 20. A partir de las 20 horas van llegando en forma individual y se reúnen con sus amigos formando grupos de 3 a 5 personas. Se sientan en las bancas de los costados que miran a la calle 61 y a la 62 y permanecen hasta la medianoche platicando, bromeando y mirando a los varones que transitan por el lugar. Es poco frecuente encontrar homosexuales vestidos con ropas femeninas<sup>13</sup> en la plaza, en su mayor parte usan ropa masculina, por lo que no resultan obvios pero se les reconoce por sus formas de comportarse, sus ademanes estereotipados y las sutiles insinuaciones que hacen a algunas personas<sup>14</sup>.

En general estos homosexuales recurren a la Plaza Grande como punto de encuentro entre ellos y para el ligue de otros varones, aunque en sentido estricto

---

<sup>13</sup> Los homosexuales conocidos como “*vestidas*” en el mundo gay y los travestidos que se dedican a la prostitución no se ubican en la plaza. Generalmente utilizan el corredor gay de la calle 60 desde la 59 hasta la 45 y otro grupo se localiza en los alrededores de las estaciones de autobuses foráneos de la calle 69.

<sup>14</sup> Pasos, Germán 1992, ofrece una breve descripción de las conductas de los homosexuales en la Plaza Grande de Mérida. Un acercamiento sobre la importancia de los espacios públicos para las prácticas urbanas en contextos metropolitanos más complejos se presenta en “*Manhattan y México. Dos áreas urbanas de encuentro gay*”, de Mauricio List Reyes (1999).

resulta difícil comprobar que ejerzan la prostitución masculina. Como espacio público que recibe gran cantidad de personas, mericanos y foráneos, la plaza constituye un escenario idóneo para ver y ser visto, así como para entablar contacto con quienes la visitan. A pesar de que la sociedad meridana, como la de otras ciudades mexicanas es homofóbica, en general los homosexuales de la plaza son tolerados por los otros usuarios y por los policías encargados de vigilar el orden, siempre que no realicen escándalos.

Resta mencionar al último grupo de noctámbulos, éstos a diferencia de los anteriores no presentan características homogéneas ni se ubican en lugares particulares. Están distribuidos en diferentes parte de la plaza, exceptuando las bancas ocupadas por los homosexuales. El grupo está integrado por varones estudiantes, personas subempleadas con intereses artísticos e intelectuales, *cazagabachas*, profesores, abogados, médicos y comerciantes de edad madura.

Parte de las practicas urbanas y rutinas descritas en este apartado, aunque no en forma absoluta, presentan rasgos de lo que Manuel Delgado denomina "*protocolos espontáneos*", es decir relaciones efímeras basadas en la apariencia y percepción inmediata, altamente codificadas, ritualizadas, impredecibles, espontáneas y fundadas en el simulacro y el disimulo (Op. Cit: 12-13). Me parece importante esta propuesta, pero no concuerdo con Delgado en verlas como actos dramaturgicos fundados en simulacros y disimulos.

Como expliqué en el capítulo II el Centro Histórico concentra la mayor parte de las instalaciones destinadas a la actividad cultural: pinacoteca, galerías, teatros, las instalaciones del Centro Cultural Universitario, librerías, algunos cines y gran variedad de restaurantes, cafés y bares.

Parte de quienes integran el tercer grupo de usuarios nocturnos acuden a las diversas actividades: conferencias, presentaciones de libros, galas de ballet, danza regional, exposiciones pictóricas, funciones de teatro, conciertos y recitales, etc. A la salida de los eventos pasan un tiempo en la plaza. Otros hombres de mayor edad, acuden a platicar con sus amigos después de cenar,

permanecen hasta medianoche charlando amablemente, fumando, recordando experiencias pasadas y componiendo el mundo.

Durante la noche -sin el congestionamiento matutino de personas y la notable reducción del tráfico vehicular- la Plaza Principal es para muchas personas el mejor lugar de la ciudad por el clima agradable, la belleza de los edificios que la circundan y las personas que la frecuentan. Es un espacio apropiado por actores disímiles que, sin embargo, pueden confluír sin graves conflictos. La noche propicia una mayor plasticidad de este espacio público tornándola lugar de expresión musical, de diversidad y tolerancia.

Para los hombres de edad madura que se reúnen a platicar bajo la atmósfera cargada de historia, tradición y cultura, respirando el aroma de las plantas, la Plaza Principal es -utilizando las palabras del genial Borges al referirse a la ciudad de Montevideo-, *“el lugar donde el ser puede estar”*.

Por la mañana las personas de origen maya y particularmente las mujeres que visten su ropa tradicional y conversan en lengua maya, le imprimen su sello étnico y peculiar a la plaza. Esta marca distintiva alude a la permanencia de la cultura indígena y su inserción en el ámbito urbano que es apreciada por los turistas. Lo anterior muestra que, además de las funciones y significados de la plaza, la poética del espacio propuesta por Maurice Bachelard y la prosaica<sup>15</sup> planteada por Katia Mandoki, que alude a la dimensión estética de las prácticas de apropiación del territorio por los meridianos, constituyen parte fundamental de su experiencia urbana.

Con la descripción de los usos y actores que he presentado puedo plantear que la plaza es un “lugar” conformado por muchos “lugares”, es espacio físico

---

<sup>15</sup> La prosaica -según Mandoki, 1994- como estudio del comportamiento estético del hombre en la vida cotidiana, requiere ser una investigación no sólo teórica, sino histórica y empírica, permitiría quizá encontrar o refutar la posibilidad de leyes universales del comportamiento estético del hombre, entendido como sujeto que se manifiesta en términos sensibles (Citada por Wildner, K. Op. Cit:164).



pero también social y simbólico. Sostengo que si bien es parte de la ciudad, no es un espacio cualquiera, es también construcción social y cultural, donde se entretajan lo material y lo simbólico. Acoge una gran diversidad de funciones: espacio de trabajo, de circulación de bienes y servicios, de tránsito, de descanso, de romance, de encuentro, de recreación, de construcción y expresión de identidades urbanas. Es también escenario que condensa parte de la historia de la ciudad, de su memoria colectiva y ventana de su cultura urbana.

La plaza es una sede en el sentido propuesto por Giddens (Op. Cit.), donde cierto tipo de actores sociales converge en el espacio y tiempo. Desde una perspectiva del intercambio -más allá de la esfera económica- una gran parte de quienes asisten a la plaza van en busca de algo: trabajo, un servicio, una persona, descanso, recreación, ocio, historia y atractivos turísticos. Es también lugar de expresión y manifestación, por ejemplo de grupos que la usan para exponer sus demandas al gobierno, o de los homosexuales que de manera individual la utilizan cuando deciden "*salir del closet*". Es, en suma, "*sitio de intercambio material y simbólico, espacio de las relaciones sociales y los intercambios culturales, de los ritos y las celebraciones*" (Niño Murcia y Chaparro Valderrama 1997:s/p).

Mediante sus prácticas urbanas rutinarias los actores realizan "*actos de apropiación transformándola de espacio anónimo en un espacio próximo*" (Reguillo, R. 1995a: 35). Es así un escenario donde acontecen múltiples e irrepetibles interacciones entre personas, algunas que se conocen y otras que no. Como espacio público (Ver Cap. I), de naturaleza plurifuncional, la Plaza Principal es apropiada por personas de diferentes sectores sociales, oficios, ocupaciones, preferencias sexuales, orígenes étnicos, nacionalidades, edades, etc. La heterogeneidad no se manifiesta a través de graves conflictos entre los actores que siguen utilizándola. Sin embargo, la ausencia del conflicto no quiere decir que no existan problemas y no debe interpretarse como una expresión de

armonía entre los diferentes sectores sociales respecto a los usos y funciones del principal espacio público de la ciudad.

Propongo que la existencia de espacios más acotados -porciones al interior del lugar-, utilizados a través de patrones, rutinas y horarios diferentes, posibilita la variedad de sus usos y actores. Aquí coincido con Delgado en que el concepto clave es la “territorialidad”, entendida como identificación de los actores, con un lugar o parte de él que interpretan como propio y que debe ser defendido de intrusiones, violaciones o contaminaciones. En los espacios públicos la territorialización viene dada sobre todo por los pactos que se establecen sobre cuál es el territorio y cuáles son sus límites (1999:30)

No todos los meridianos comparten las formas de usarla ni aceptan la diversidad de actores que frecuentan el lugar. Los grupos sociales que no las comparten manifiestan sus diferencias de manera tácita, dejan de visitarla, la borran de sus mapas e itinerarios y simplemente ya no acuden a la plaza.

Esta breve descripción etnográfica del lugar, los actores y sus rutinas, es sólo un acercamiento a la compleja organización espacial y las múltiples interacciones sociales que alberga. Las prácticas urbanas expresan en cierta forma la diversidad de repertorios culturales de los actores urbanos que usan o se apropian del lugar y nos hablan de una cultura urbana.

#### **III.4. Actores, rutinas e imágenes sobre la Plaza.**

La investigación etnográfica permitió un acercamiento panorámico a la plaza entendida como espacio urbano particular y a su lógica sociocultural, incluyendo sus funciones, usos, rutinas, ambiente, tipo de personas que van, etc. Pero para profundizar en las características sociodemográficas de sus actores, la frecuencia de sus visitas, las razones que las motivan y sus discursos sobre este espacio y sus pobladores habituales, que expresan sus representaciones socioculturales; era necesario usar un instrumento diferente a la observación.

Me interesaba buscar las relaciones que establecen los actores con el lugar, con quienes lo utilizan y sus representaciones socioculturales que se derivan de ello. En esta perspectiva consideré que el estudio de la relación actor-ciudad no puede soslayar **el quién** (el actor), **el qué** (el objetivo), **el cómo** (las prácticas) y **el dónde** (el espacio).

Mi propuesta retoma las ideas de D. Walsmsley, cuando advierte que: “... *The study of spatial organization of society has come to examine 'who gets what where...'* (1988: IX). Y las de Amos Rapoport, sobre la necesidad de: “*saber quién hace qué, dónde, cuándo, incluyendo o excluyendo a quién y por qué. Se necesita conocer los valores de la gente, sus esquemas cognoscitivos, su visión del mundo, los significados y símbolos que usa, sus imágenes ideales y las reglas empleadas para elegir las opciones que traducen esas imágenes y esquemas cognoscitivos en formas físicas*” (Prólogo de Rapoport al libro de Amerlinck y Bontempo. 1994: 14).

Para obtener esta información consideré que la forma más idónea era preguntar directamente a sus usuarios. Con este propósito diseñé un formulario-encuesta (ver Introducción), para recabar datos de un conjunto relativamente amplio de personas, que permitiera codificarlos para su análisis e interpretación. Considero que es posible codificar los discursos que expresan representaciones socioculturales, con el objeto de presentar tendencias colectivas y utilizar tales discursos para explicar e interpretar los problemas que me interesan. Veamos a continuación los resultados obtenidos a través de este instrumento.

#### **III.4.1. Perfil de los actores de la plaza.**

De acuerdo con los resultados obtenidos la mayor parte de los usuarios son del sexo masculino. Como ya señalé en la Introducción de la tesis, a lo largo de las semanas que realizamos trabajo de campo, todos los días aplicamos la misma cantidad de encuestas, tratando de cubrir en la misma proporción los diferentes horarios en que dividí la jornada diaria. A pesar de ello el resultado

obtenido demuestra que el 75% de usuarios son del sexo masculino y el 25% del femenino.

La alta proporción de varones se explica por razones históricas, asociadas a las pautas culturales en el uso de los espacios públicos en forma diferencial por hombres y mujeres. Según dichas pautas las últimas deberían permanecer en el ámbito privado (el espacio doméstico), mientras el hombre podía tener libertad para utilizar, recorrer y explorar la ciudad<sup>16</sup>. Incluso la figura arquetípica de la modernidad urbana, descrita por Walter Benjamín y Baudrillard: el *flâneur*, es un sujeto masculino.

En Mérida, ciudad latinoamericana, con un fuerte componente de cultura machista, la presencia femenina en lugares públicos no es bien vista por la mayor parte de la sociedad tradicional. El discurso masculino considera que la naturaleza pública de tales espacios -con sus correlatos de anonimato, relajamiento y libertad-, contagia y “corrompe” más a las mujeres que a los hombres.

La menor cantidad de mujeres obedece también a la representación cultural de los pobladores de uno y otro sexo que permanece anclada en el tiempo en que la Plaza era lugar de trabajo de prostitutas. Esto condujo a la construcción de un imaginario urbano del lugar asociado a la decadencia moral y concupiscencia. Uno de los informantes lo explicó de la siguiente manera:

*“A raíz de que cerró la zona de tolerancia donde estaban las señoras de prostitución vinieron y aquí hicieron su base. Como allá lo cerraron no tenían donde trabajar, vinieron a trabajar aquí. Yo, a veces, a mi esposa la traigo aquí, la dejo aquí y cuando me doy cuenta ya se sentaron dos o tres personas allí, por la costumbre que hubo. Por eso la mujer no quiere venir sola a la*

---

<sup>16</sup> La geografía feminista anglosajona, a través de una de sus principales representantes, ha constatado que el discurso masculino europeo del siglo XIX concebía el espacio público: calles, bulevares, parques, etc. como inadecuado para las mujeres. En esta perspectiva, aquellas que lo frecuentaban estaban en riesgo de tener conductas indecentes, de actuar libertinamente y corromperse, como ocurría con las prostitutas (Wilson, E. 1991 y 1992).

*plaza, salvo un día festivo, en un día normal es molestada”* (Hombre de 50 años, trovador).

Otra entrevistada del sexo femenino corroboró lo anterior al señalar que:

*“Veo que viene mucha más gente masculina que femenina, siempre he visto eso. De hecho, por eso no me gusta venir. Pasa uno caminando y enseguida o piropos o groserías. Una de dos”* (Mujer de 19 años, estudiante).

Aunque ahora no se observan los grupos de meretrices que hasta hace pocos años laboraban en la plaza, todavía prevalece en el imaginario colectivo la idea de que no es el lugar correcto para las damas<sup>17</sup> y corrobora la importancia de los componentes que intervienen en la construcción de la imágenes urbanas<sup>18</sup>. La asociación de la plaza con la prostitución es tan obvia que se expresa incluso en el lenguaje cotidiano, decir que una mujer es *“placera”*, implica una ofensa, una descalificación grave de su virtud y moralidad.

No menos importante que la imagen urbana anterior, los usos y funciones asociados a la plaza contribuyen a la mayor presencia masculina. Como ya indiqué es utilizada como lugar de trabajo, donde se reúne una gran cantidad de varones de diferentes oficios para esperar a contratistas y clientes.

Por otra parte, indagamos la edad de los usuarios para conformar sus perfiles y comprender las razones y motivos que los llevan a este lugar. De una primera agrupación de las personas en tres grandes categorías de edad encontré la siguiente distribución: el primer rango etario, conformado por individuos *de 13 a 32 años*, concentra la mayoría de casos (39.3%); le sigue de cerca el rango *de 33 a 52 años*, que incluye al 37.5% de los casos y un poco distante aparece el tercer rango *-de 53 años en adelante-*, que registró el 23.4% del total.

---

<sup>17</sup> Barbosa M. y H. Pérez Niño (1998) en **Los Viejos de la Plazoleta del Rosario. Uso y apropiación del espacio público**, encuentran una situación relativamente similar a la de Mérida respecto a la poca presencia femenina en una plaza pública bogotana. Ver páginas 29 y 36.

<sup>18</sup> Ver discusión sobre los componentes de las imágenes urbanas del Capítulo I.

Si bien el tamaño de estos rangos de edad es bastante amplio, permite advertir que la mayoría de usuarios es gente joven, que apenas rebasa los 30 años y se encuentra en la fase productiva de su ciclo vital. Un análisis más fino del total de la variable edad -con rangos más breves-, arroja lo siguiente: el mayor porcentaje de personas (21.4%), pertenece a las edades *de 23 a 32 años*; la segunda frecuencia por número de casos (19.6 %), incluye a individuos *de 43 a 52 años*; y en tercer lugar están los de edades juveniles, *de 13 a 22 años*, que constituyen el 17.9% de quienes asisten a la plaza.

Aunque es claro que la plaza acoge en su mayoría a personas jóvenes o de edad media, las edades más avanzadas no están ausentes: Un acercamiento más detallado permite ver que los usuarios *de 63 años en adelante* -incluyendo individuos de más de 80 años- representan el 11.7% del total, la misma proporción de los que tienen *de 53 a 62 años*.

Con ello se aprecia que los usuarios tienen edades que van desde la adolescencia hasta la vejez, aunque la mayoría se ubica en la juventud y edad media. La presencia de niños es escasa, con excepción de los que acompañan a sus padres, los que trabajan como vendedores ambulantes y limosneros. O los que acuden los domingos a las actividades y espectáculos del “Programa Mérida en Domingo”.

Por otra parte, la correlación entre edad y sexo proporcionó información interesante. En la categoría de edades *de 13 a 22 años* la participación femenina es el 35.7%, tres veces mayor que la de los varones (11.9%). Un patrón similar se observa en el grupo de edad *de 23 a 32 años*, las mujeres registran mayores porcentajes que los hombres: 25% y 20.2%, respectivamente. Por ello el 60.7% femenino se concentra en las categorías de edad joven -*de 13 a 32 años*-, contra el 32.1% del sexo masculino.

Cabe aclarar que estas cifras no implican que haya más mujeres que varones, ni tampoco contradicen mis observaciones sobre la construcción social de “*imaginarios maléficos*” (ver Mandoki, K. Op. Cit.), por los cuales

ciertos grupos asocian la prostitución femenina a dicho lugar. Más bien puede interpretarse como que las mujeres mayores de 30 años de edad, parecen estar más influenciadas por dicho imaginario urbano, que resulta menos significativo entre las mujeres más jóvenes.

En el grupo de edades *de 33 a 42 años*, las mujeres registran mayor porcentaje que los varones 21.4% y 16.6%, respectivamente. En cambio, los últimos tienen proporciones más altas que las primeras en los grupos de edades *de 43 años en adelante*. Cabe recalcar que hay una buena cantidad de hombres (22.5%) en edades que van *de 53 a 62* y *de 63 a 68 años* y ninguna dama en dichos rangos.

La tendencia hacia la concentración de los usuarios femeninos en los rangos de edades jóvenes y medias, se comprenderá mejor cuando presente la información relativa a los usos, rutinas, antigüedad de acudir a la plaza, motivos, etc., de cada sexo, que veremos más adelante.

Con el objeto de tener mayor información de los actores indagamos su actividad u ocupación. Los datos recabados muestran que la mayor parte son empleados de baja calificación del sector servicios; los hombres laboran como cocineros, meseros, dependientes de pequeñas tiendas, vigilantes de oficinas y choferes. Las mujeres, por su parte, son secretarias o dependientes de tiendas de la zona central, o trabajan en oficinas de gobierno u oficinas privadas. El 26% de los entrevistados se dedican a este tipo de empleos.

Los estudiantes de diferentes niveles educativos, desde secundaria hasta licenciatura -en su mayor parte de secundaria y bachillerato- constituyen la segunda clase de actividad u ocupación por el número de casos registrados: 17.9%.

Le sigue en orden de importancia, por la cantidad de casos, la categoría que incluye a *obreros, artesanos y técnicos de baja calificación*, con el 15.17%. Las personas dedicadas a las actividades por su cuenta: contratistas, pequeños comerciantes, ambulantes y agentes de ventas, representan el 8.9%.

Una de las categorías que incluye a una proporción importante de personas es la de *jubilados o pensionados* del sexo masculino. Por sí sola ésta reúne al 8% del total de usuarios. Cabe recordar que el lugar es usado por un grupo de individuos (11.75%) mayores de 63 años, varios de los cuales son jubilados.

Coincidiendo con la alta proporción de mujeres en rangos de edad joven, la principal categoría de actividad encontrada en el grupo femenino fue la de *estudiantes*, seguida por la de *empleadas*, en tercer lugar están las *amas de casa* y encontré algunos casos de *empleadas domésticas*.

Considero importante destacar que la proporción de hombres y mujeres que reportaron *ocupaciones profesionales* relativamente mejor pagadas -profesor, médico, contador, ingeniero, y abogado-, es muy reducida. De acuerdo con los datos obtenidos el 8.9% del total de individuos se dedican a este tipo de actividades.

Aunque no de manera absoluta, la actividad u ocupación puede considerarse como indicador del nivel socioeconómico de las personas que acuden a la plaza, pero para completar el posicionamiento de los actores indagamos los lugares -colonias, fraccionamientos, pueblos- que ubicamos en los distritos urbanos de Mérida (Ver capítulo II).

La mayor proporción de individuos que usan la plaza (19.6%), proviene del *VIII Distrito*, que incluye los antiguos barrios y colonias que conforman el denominado Centro Histórico. Éste se encuentra claramente diferenciado en cuanto a la distribución de sus residentes de acuerdo a su nivel socioeconómico. Los de mejores ingresos se localizan en la porción norteña y los de niveles más bajos en los barrios del sur y oriente y poniente.

Del porcentaje de personas del *Distrito VIII* la mayoría reportaron vivir en los barrios de San Sebastián, San Juan, San Cristóbal, Mejorada y el sur de Santiago. Como indiqué en el Capítulo II, las familias que habitan en estos



barrios presentan niveles de ingresos bajos, de una a dos veces el salario mínimo.

La segunda frecuencia por orden de importancia (17%), corresponde a las personas que viven en el *Distrito V*, conformado en su mayor parte por fraccionamientos con tipología de vivienda popular y una gran cantidad de colonias marginadas. En general este distrito -ubicado en la porción sur- presenta los índices más elevados de pobreza y rezago en equipamiento urbano de Mérida.

Parte de los usuarios de la plaza son *commuters* que trabajan en Mérida y retornan por las noches a sus pueblos o comisarías. La disponibilidad de transportación les permite viajar desde los municipios cercanos a la capital e incluso desde lugares ubicados en un radio de hasta 60 kilómetros. El 14.3% del total de personas consultadas pertenece a esta categoría, cifra relativamente importante que demuestra la fuerte atracción laboral y de servicios que ejerce Mérida en su región.

Ilustra también la apropiación del principal espacio urbano público por pobladores recién llegados -algunos de pequeñas comunidades rurales-. Frente al desconocimiento que les produce la gran ciudad la Plaza constituye un lugar familiar, que evoca las plazas pueblerinas, donde se sienten relativamente seguros y desde donde van explorando la ciudad.

Con la misma proporción (11.6%), se presentan los individuos que viven en los *Distritos IV y VII*. Recordemos que éstos se hallan separados por el *Distrito VIII* que incluye a la zona central y muestran notables diferencias en cuanto a niveles de ingreso de sus pobladores y calidad y cantidad de equipamiento urbano. El primero, por su cercanía con el *Distrito V* (Santa Rosa), comprende mayor número de familias de bajos ingresos. En cambio el *Distrito VII*, por su vecindad con el distrito más rico de la ciudad, aloja a pobladores de ingresos más altos.

Cabe destacar que la proporción de actores que se desplazan desde los distritos que presentan mejores ingresos es muy reducida. De hecho el porcentaje de individuos del *Distrito I* es menor a la unidad (0.9%) y el del *Distrito II* fue el 7.1%.

Con base en la información anterior sobre actividades, ocupaciones y lugar de procedencia de los actores dispongo de varios elementos para formar su perfil. En primer término puedo plantear que el lugar es visitado mayoritariamente por personas de sectores socio-económicos de clase media baja y popular. La presencia de actores de clases medias altas y altas es muy reducida. La proporción de usuarios con ocupaciones profesionales es muy escasa y, en contraparte, los asiduos a la plaza son trabajadores de ocupaciones de poca calificación y de bajos ingresos.

Lo anterior se confirma al observar las zonas de la ciudad donde residen y desde donde se trasladan a la Plaza Principal. Se trata de meridianos de los barrios centrales habitados en su mayor parte por familias de ingresos bajos, o de las colonias más pobres de la zona sur y de individuos de pueblos y comisarías, de origen rural, que acuden diariamente a laborar y usar los servicios que ofrece la capital del estado.

La proporción de actores de clase media y media alta, de las colonias del norte de la ciudad es muy baja. Los pocos que se presentan son personas con altos niveles de escolaridad que aprecian el ambiente cosmopolita del lugar y los eventos culturales que se desarrollan en los recintos que lo rodean.

Por su ubicación central, significado cultural y funciones la plaza es un espacio público. Una de sus principales características es la **accesibilidad**, en el sentido propuesto por Isaac Joseph (1988: 46), que permite la diversidad y heterogeneidad de sus usuarios. Es un espacio público que se considera libre para ser usado por cualquier persona, sin distinción de clase, edad, sexo, origen étnico o geográfico. Por tanto, no constituye un gueto ni un territorio apropiado por un sólo tipo de pobladores. Pero esta accesibilidad no hace de la plaza un

ámbito de completa armonía social, es un espacio complejo por la diversidad de actores donde existen diferencias o desacuerdos respecto a sus funciones, usos y actores.

Para confirmar la forma como perciben los entrevistados a los usuarios de la plaza estimé importante conocer su opinión sobre éstos. En este sentido, formulamos dos preguntas, la primera fue *¿Considera la plaza como sitio usado por todos los meridianos?*. La pregunta fue planteada deliberadamente en forma general y abierta, al hacerlo de este modo la mayor parte de los encuestados (65.2%) respondió afirmativamente que era para todos. Cito varios ejemplos a continuación:

*“Si, todo el mundo viene a la Plaza, pobres ricos, buenos o malos, sin excepción de ningún tipo y la gente lo sabe. Es para todas las personas, independientemente de su edad, condición social, porque todos tenemos derecho a pasar un rato agradable con las personas que tú te llevas. Entonces no se puede excluir a nadie”* (Mujer, estudiante de 22 años).

*“Si, este es un lugar público, es un parque para todo el que quiera venir, no está prohibido para nadie, es para el que quiera usarlo, de Mérida, de las colonias, de los pueblos, comisarías, minusválidos, para el turismo”* (Hombre de 53 años, vigilante).

*“Si porque es un lugar público que pertenece al pueblo, y a todo el mundo, buenos, malos, de aquí y de afuera. Es realmente público y cualquiera puede venir y estar el tiempo que quiera”* (Hombre de 40 años, abogado).

*“Es un lugar para todos porque es una plaza y es pública. Aquí viene todo tipo de personas desde licenciados hasta los no deseables, borrachitos, indigentes, de los pueblos. Hay todo tipo de personas”*(Mujer de 29 años, empleada doméstica).

Los discursos anteriores resultan interesantes en la medida que expresan claramente cuestiones como la heterogeneidad de sus usuarios, el derecho de todas las personas para usarla o disfrutarla, la libertad, vista como no-exclusión

o prohibición para su uso y el hecho de que estas características o condiciones son conocidas por el pueblo.

Sin embargo, la plaza como espacio público, definida precisamente por la oposición a los cercados y los peajes no resulta fácil de controlar (Delgado, M. Op. Cit: 34). Admitir la libertad de la plaza y reconocer la diversidad de sus usuarios, no implica necesariamente aceptarlas ni compartirlas. Varios entrevistados plantearon la diversidad de actores como algo potencialmente conflictivo y la criticaron. Cito varias respuestas a continuación:

*“Es para todas las personas, desgraciadamente se meten vándalos, vagos, que afortunadamente ya se están controlando un poco por el gobierno, porque hace 6 o 7 años había más vagos, y ahorita ya los han retirado un poco, dándole mejor aspecto”* (Mujer de 19 años, estudiante).

Otros entrevistados enfatizan el problema de los usos inadecuados de este espacio público como se aprecia en el siguiente caso:

*“La plaza es pública, todos tenemos derecho de venir, su nombre lo dice Plaza Grande y está en el centro de la ciudad. Lo malo es que hay gente que solo viene a lucrar, robar, prostituirse, algunos borrachos se ponen a insultar, eso si da una mala imagen”* (Hombre de 23 años, estudiante)

A pesar de que la mayoría de los entrevistados (70%) respondió que la plaza era un espacio utilizado por “todos” el porcentaje restante opinó lo contrario. Éstos indicaron que evidentemente no era utilizada por todos los sectores de la población meridana. En la siguiente pregunta, en forma más directa, solicité a los entrevistados que explicaran quiénes eran las personas que la usaban y quiénes no, o que lo hacen raras veces.

Las respuestas permiten apreciar que los actores distinguen en forma clara la fuerte segregación socioeconómica que caracteriza a la sociedad meridana, expresada en el espacio urbano. Los discursos recabados se caracterizan por mostrar de manera reiterativa que los pobladores de mayores

recursos económicos no están presentes en la plaza. Varios entrevistados lo señalaron:

*“Aparentemente vienen todos, gente de diferentes grupos sociales, incluso uno que otro empresario de edad madura, aunque son pocos. Pero en realidad, si observamos más a fondo, observamos que está la gente más humilde, de la parte sur de la ciudad. Lo que se entiende la parte capitalista de la ciudad no viene acá”*(Hombre de 37 años, profesor).

Otro de los entrevistados fue mucho más explícito, destacando además del nivel económico el nivel de escolaridad:

*“Los que no vienen a la Plaza son la gente preparada, aristocrática, universitaria, los que tienen un título universitario: médico, psiquiatra. Ni ellos, ni su familia. Si acaso vendrán sólo en Mérida en Domingo. No vienen para lo que siempre se ha utilizado, para relajarse, disfrutarla. Los ricos no pisan la plaza, se alejaron de ella, aunque tienen sus medios de transporte no vienen, sus abuelos si vinieron, pero se fueron a las colonias alejadas del norte, la México, Campestre, Los Pinos; los ricos se olvidaron que hay un zócalo. Los que vienen son las clases populares”*(Hombre de 60 años, comerciante).

Debido a que la mayor parte de los entrevistados pertenece a los grupos sociales de clases media baja y baja, sus respuestas no están exentas de valoraciones negativas sobre las clases más acomodadas, criticando su comportamiento auto-segregacionista. Sin embargo, incluso entre los de mayor nivel económico hay coincidencia en que el lugar es visitado mayoritariamente por personas de clases media baja y baja. Veamos algunas respuestas recogidas:

*“Los del Campestre, que es una gente digamos de dinero sólo pasa por acá en sus coches sin detenerse. No hay mucha gente del norte de la ciudad. La gente de dinero no utiliza la plaza para nada. Yo vengo de por allá, convivo con esa gente y sé de sus lugares de reunión. Esto lo ven como el populacho”*(Hombre de 32 años, empleado bancario).

Otro informante que pertenece al sector económico alto respondió lo siguiente:

*“Aquí no vas a ver niñas de sociedad ni muchachitos ricos que buscan los lugares de mucha moda, no hay discotecas, videoclubes, restaurantes, plazas comerciales, todo eso que les atrae. La gente que nos reunimos es más bien esotérica, artistas y mucho gay”*(Hombre de 44 años, médico).

Por otra parte, algunos entrevistados indicaron la influencia de los centros comerciales en la diferenciación y segmentación en cuanto al uso de la ciudad:

*“La gente rica no viene acá, este es el centro del mundo de las clases populares. Los centros comerciales han suplido algo la función de la Plaza (Principal)”*(Hombre de 52 años, agente de ventas).

*“Los que no vienen son la gente que tiene un poco más de dinero, prefieren ir a una plaza (comercial) donde hay aire acondicionado, a ver las tiendas”*(Mujer de 26 años, contadora).

Con la información expuesta sostengo que, como resultado de la diferenciación socioeconómica y el repliegue de las familias de mayores ingresos a las colonias periféricas del norte, la Plaza Principal ha dejado de ser considerada por éstas como un lugar atractivo para visitar. Sólo se observa mayor presencia de las clases medias durante las actividades especiales como el programa *Mérida en Domingo*, ceremonias de aniversario, ferias artesanales, etc., o los conciertos con artistas de reconocido prestigio. Esto no obedece sólo a la mayor distancia geográfica de sus lugares de residencia, sino a la distancia social que implica alejamiento, extrañamiento y desarraigo -en el sentido propuesto por Mandoki, K. (Op. Cit.)- de la plaza como lugar adecuado. Los procesos socio-espaciales que han afectado a la estructura urbana de Mérida, han conducido a la construcción social de una imagen urbana desfavorable de la plaza entre los sectores de clase media y alta.

Como expliqué en el capítulo II, con la transformación de la estructura territorial meridana a partir de los años setenta, el distrito central y en especial

la Plaza Principal, perdieron el monopolio de la centralidad en cuanto a funciones y con ello su capacidad para convocar, aglomerar y concentrar a los meridianos de los diferentes niveles sociales. El proceso de desprestigio y deterioro de la imagen del centro meridano está asociado a la pérdida de sus funciones de reunir a toda la población, de ser lugar de vivienda y tertulia para los pobladores de mayores recursos económicos.

El caso de la Plaza Principal de Mérida confirma las propuestas de Jérôme Monnet sobre el condicionamiento mutuo entre espacio, uso e imagen, que se forman y se transforman recíproca y simultáneamente en una dimensión temporal (Op. Cit: 25-25). Considero que la composición social mayoritaria de los actores que la utilizan, y el tipo de actividades o usos que llevan a cabo ciertas personas, son rasgos distintivos de la misma que influyen y refuerza el tipo de personas que la frecuenta y de quienes la evitan.

Sin embargo, la escasa presencia de grupos de mayores recursos socioeconómicos no significa que este espacio público esté abandonado o desaprovechado. En el caso de Mérida no observo el “vaciamiento del espacio público” advertido por algunos científicos para otras ciudades. La Plaza Grande sigue siendo utilizado por miles de meridianos de las clases media baja y de los sectores populares, así como por pobladores de los municipios yucatecos, asiduos visitantes de este lugar.

#### **III.4.2. Las prácticas urbanas: usos, rutinas y apropiaciones.**

El uso de la Plaza, como práctica urbana de amplio sector de la población, no se realiza de la misma manera por sus visitantes, implica un conjunto de características y rutinas que influyen en las formas de relacionamiento y los diferentes niveles de apropiación del lugar. Para conocer estas particularidades incluí en el formulario-encuesta preguntas sobre la

frecuencia mensual, horario para acudir, duración de la visita, forma o medio de transporte utilizado, antigüedad como usuario y motivo principal.

Consideré que la regularidad de la asistencia podía brindar información relevante para advertir la importancia del lugar entre sus usuarios. Uno de los síntomas de la pérdida de atracción de ciertos lugares es la reducción en su uso. Además, suponía que la frecuencia podía influir en la construcción de las imágenes sobre el lugar. En este contexto preguntamos a los actores ¿Cuántas veces vienen al mes?

Los resultados son los siguientes. Las categorías que incluyen mayor cantidad de visitas concentran la mayor parte de los casos. Así, las personas que respondieron ir *de 19 a 22 veces al mes* representan por sí solos cerca de un tercio del total (32.14%); en segundo término aparecen con idéntica proporción (14.28%) quienes van *de 15 a 18 veces al mes*, y los que acuden *de 11 a 14 veces al mes*.

En orden descendente, en tercer lugar por cantidad de casos, están las personas que respondieron ir *de 1 a 3 veces al mes* con el 13.39%, y en cuarto sitio los que van *de 4 a 6 veces al mes* con el 8.92%. Resulta interesante señalar que en quinto lugar con el 7.14% se ubica el grupo de entrevistados que respondió asistir más de 22 veces al mes y en sexto sitio, con el 5.3%, los que acuden *de 7 a 10 veces al mes*.

Las cifras anteriores demuestran que las tres categorías de menor periodicidad *-de 1 hasta 10 veces al mes-* registran en forma conjunta el 27.66%, proporción mucho menor que el acumulado de las categorías de mayor cantidad de visitas, *-de 11 a más de 22 veces al mes-* que arroja un acumulado de 67.84<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> La suma de ambos acumulados arroja un total de 95.4%, y no 100%, esto obedece a que encontramos un 4.6% de entrevistados que eran personas de paso y, por tanto, la pregunta no procedía en su caso.



Lo anterior me permite afirmar que la mayoría de los entrevistados acude con bastante regularidad a la Plaza, con un promedio alto de veces al mes. Esto demuestra que a pesar de la construcción de nuevos espacios públicos en otras partes de la ciudad -como las plazas comerciales-, la Plaza Grande es un espacio público utilizado de manera frecuente y habitual y mantiene su atracción entre un importante sector de la población meridana y yucateca.

Por otra parte, encontré que la regularidad de visitas está influida por la variable sexo, las categorías de mayor cantidad de veces presentan proporciones más altas de hombres y, en consecuencia, las mujeres se ubican en su mayoría en las categorías de menor número por mes.

El horario en que la plaza recibe personas es relativamente amplio, desde temprano por la mañana, hasta después de la medianoche. Consideré que dentro de esta jornada la cantidad de individuos podría ser mayor o menor en determinados momentos. Con este idea pregunté ¿cuál era la hora en que generalmente acudían al sitio? Las respuestas las clasifiqué en periodos de tres horas, iniciando a las 7 de la mañana y terminando a las 24 horas.

Los resultados coinciden con las observaciones etnográficas realizadas poco antes de aplicar las entrevistas. El lapso que va *de las 11.00 a 14.00 horas* concentra al 26% del total de personas. En orden descendente le sigue la franja horaria *de 19.00 a 22.00 horas* con el 23% de personas. El periodo que abarca *de las 15.00 a las 18.00 horas* agrupa al 16% de la muestra y se ubica en tercer lugar por la cantidad de casos. Y en cuarto lugar con idéntico porcentaje -14%- están los que asisten de 7 a 10 de la mañana y también quienes declararon no tener ningún horario para ir a la plaza.

La mayor afluencia en determinadas horas se explica por varias razones. Aunque por el clima cálido de la ciudad las actividades de algunos usuarios inician desde temprana hora, la mayor parte de quienes están muy temprano son transeúntes que atraviesan la plaza para dirigirse a sus actividades. A partir de as 11.00 hay más personas que permanecen en el lugar, algunas de ellas pasan

un momento en la plaza después de haber realizado sus compras o los asuntos que los llevaron a la zona central. Quienes usan el lugar como espacio de trabajo no se presentan muy temprano, van llegando a partir de las 9.00 e incluso poco después, por ello el horario *de 11.00 a 14.00 horas* concentra a la mayor cantidad de individuos.

La variable climática junto con el horario en que los meridianos acostumbran tomar sus alimentos, influye en el decremento de personas en el lugar después de las 14.00 horas. Las temperaturas en Mérida en las estaciones de primavera y verano son generalmente altas y las máximas se registran precisamente entre las 13.00 y 15.00, cuando el termómetro llega a marcar hasta 40 grados centígrados. Con el ocaso se hace más tolerable la temperatura, la puesta del sol coincide con el fin de labores de muchas personas que salen de sus trabajos o actividades, esto se traduce en mayor flujo de usuarios en las primeras horas de la noche.

Junto con la información sobre la hora en que se asiste indagué el tiempo aproximado de permanencia de los actores y qué cosas o actividades realizaban durante su visita. La mayor proporción (32.1%) permanece *de 1 a 2 horas*, en segundo lugar (con el 25.%) están los que se quedan *de 30 minutos a 1 hora*. Y en tercero se ubica la categoría cuya duración es más breve *-de menos y hasta 30 minutos-* que incluye al 13.4% de los individuos. Los lapsos *de más de 2 horas y hasta 3* y el *de más de 3 horas y hasta 4*, se ubican en las posiciones cuarta y quinta con 10.7% y 7.1% respectivamente.

Por otra parte, no encontré correlación estricta entre edad y tiempo de permanencia en todos los grupos de edad particulares. No obstante, en general si se advierten tendencias positivas entre mayor edad y mayor duración de permanencia. La mayor parte de usuarios masculinos del subgrupo de *43 años en adelante* se concentran en las categorías que incluyen duraciones *de más de 3 horas hasta 4 horas* y *de más de 4 horas hasta 6 horas*. Ello puede deberse a que en particular los mayores de 60 años son jubilados y disponen de más

tiempo que aquellos que tienen que trabajar. En contraparte los más jóvenes usan la plaza menos tiempo, la mayor parte de éstos se concentran en categorías cuyo límite superior es *de hasta tres horas* y es escasa su presencia en las categorías de mayor duración.

Respecto a la variable sexo, la correlación es clara y no deja ninguna duda de que los varones usan mayor tiempo la plaza que su contraparte femenina. El 90% de mujeres se agrupan en las categorías cuya duración máxima es *de hasta 2 horas*, contra el 65.47% de hombres para dichas categorías.

Con relación a la forma o medio de transporte que emplean los entrevistados los resultados son los siguientes: la abrumadora mayoría (69.6%) usa *transporte público*: autobús, minibús, o combi. Muy alejada de ésta se ubica la segunda frecuencia en importancia (17%), que corresponde a quienes no usan ningún vehículo más que su propio cuerpo, ya que acuden a la plaza *caminando* desde sus casas. Estas dos categorías presentan la mayor parte del porcentaje acumulado de la muestra: 86.6%.

Los actores que van en *vehículo motorizado propio*: automóvil o motocicleta, se ubican en tercer lugar de importancia cuantitativa, representan el 7.1% de los casos. Por debajo de ellos están los que utilizan *vehículos no motorizados* -bicicleta o triciclos-, que representan el 2.7% del total de usuarios.

Debido al bajo nivel socioeconómico de gran parte de los usuarios, es lógico que el transporte público sea el más utilizado. Se recurre a éste porque la gente carece de vehículos propios. Conviene indicar que en el caso de Mérida el precio del transporte colectivo no está subsidiado como en la Ciudad de México y otras partes del país, pero es el único disponible para la población trabajadora. La ubicación de la plaza en la porción central de la ciudad y la localización de los paraderos de autobuses urbanos y los de servicio foráneo en calles cercanas a la plaza, contribuye al uso del transporte colectivo.

La proporción de actores que asisten caminando obedece a varias razones. Por una lado, un porcentaje importante de ellos reside en el *Distrito VIII*, -Centro Histórico-, lo que favorece sus desplazamientos a la Plaza, sin necesidad de recorrer grandes distancias. Los barrios y colonias más retirados que pertenecen al mencionado distrito están a una distancia máxima de 2 kilómetros. Además, al ir caminando se ahorran el gasto de transporte y una parte de ellos son personas de edades avanzadas, con dificultades para abordar los vehículos y la caminata forma parte de sus costumbres y rutinas.

El reducido porcentaje del automóvil privado, como medio para acudir a la plaza, lo explico debido a la poca proporción de personas cuyos ingresos les permitan disponer de dichos vehículos. Recuérdese que el grueso de usuarios pertenece a las clases media baja y baja.

Es también resultado de la conflictiva situación en cuanto a vialidad y congestión vehicular que forma parte de la cotidianidad del Centro Histórico. La concentración de la mayor parte de las unidades de transporte colectivo, aunado a los automóviles de personas que van a los establecimientos comerciales y los vehículos que desplazan las mercancías; ocasiona saturación de la zona central. La ausencia de áreas gratuitas de estacionamiento colindantes a la Plaza hace que incluso quienes tienen automóviles no los usen para ir al lugar.

Para entender la apropiación que realizan los actores consideré necesario preguntarles las cosas o actividades que hacían durante el tiempo de permanencia. Al indagar sus particulares formas de apropiación de la Plaza Grande, trataba de advertir la multiplicidad, la heterogeneidad y el movimiento que la caracterizan, así como establecer la imagen que tienen los individuos de sí mismos y de los demás.

Las respuestas obtenidas contienen discursos no exentos de subjetividad y emotividad, por lo que no deben considerarse como datos duros y exactos. Sin embargo, ilustran la imagen que tienen sobre sí mismos -entendida como

autorepresentación-, sobre cómo usan la plaza y la diversidad de funciones que tiene el principal espacio público meridano.

Las dos categorías de actividades<sup>20</sup> que agrupan los mayores porcentajes de usuarios son las siguientes. En primer término están representados con el 41.1% quienes indicaron que se dedican a *pensar, relajarse y mirar a la gente*. Bastante alejada de la primera, en segundo lugar, se ubica el 20.5% que dijo *Platicar, descansar y distraerse*.

Los discursos de los entrevistados expresan con claridad los usos que tiene el lugar y sus funciones. Los siguiente casos ejemplifican las cosas que hacen los entrevistados:

*“Vengo de mi pueblo y me siento aquí, me gusta ver lo que pasa alrededor de la plaza, aquí donde me ve, es mi paso me bajo de la estación de camiones, agarro la 54. A veces leo una novelita, veo las palomas, los venteros. Me siento a ver que pase la gente, a veces viene un amigo, amigos trabajadores como yo que se sientan a platicar, que de la vida, de los problemas que pasan, a veces veo a algunos de mi pueblo y platico”*(Hombre de 64 años, velador de oficinas).

*“Por mi trabajo mayormente cuando me toca estar entre semana vengo de Muna desde las cinco de la mañana y me voy a las cinco de la tarde. Aquí estoy dos o tres horas, me siento a descansar, leo el periódico, me pongo a pensar lo que vi en mi trayecto de caminar. Otras veces me pongo a pensar de la gente que hizo estas construcciones, creo que son viviendas de aquellos que las hicieron. Yo me hago la idea de que no eran unas personas muy tontas, les pusieron el granito exacto para que luzca lo que es Mérida. Por eso vengo, veo*

---

<sup>20</sup> Es pertinente reconocer que las actividades incluidas en ambas categorías resultan, en cierta medida, relacionadas, no son conjuntos cerrados ni excluyentes ya que en algunas ocasiones pueden presentar traslapes o imbricaciones. Para la ubicación de las personas en determinada clase de actividad examinamos en los discursos las palabras que los actores enfatizaban, ya sea por indicarlas en primer lugar o porque aparecían en forma reiterada.

*los edificios, a la gente, oigo las pláticas y me entero de cosas que no sé, para que yo pueda platicar con los otros”* (Hombre de 44 años, contratista).

*“Yo vengo a la plaza a relajarme en realidad. Desde que me pego a mi máquina a la diez de la mañana trabajo hasta la nueve de la noche, si se queda uno en su casa se aburre, así que salgo a dar una vuelta. Aquí estoy nada más, miro a la gente que pasa, compro mis chicles o cigarros a esos chavitos, a veces me encuentro a un amigo, nos ponemos a platicar y ahí se nos van las horas, si me fastidio cruzo al Pichetas y me tomo un refresquito* (Hombre de 39 años, sastre).

Como se puede advertir las actividades de las dos categorías anteriores hacen referencia a experiencias gratificantes como el relajamiento o la observación del ambiente, incluyendo a los otros actores y la posibilidad de encontrar personas con quien platicar. Tales actividades muestran un tipo particular de apropiación del lugar, su ambiente y actores que permite la construcción de sentido.

En algunos casos la apropiación del lugar se realiza en forma pasiva, la actividad consiste precisamente en descansar y reflexionar. A la pregunta ¿qué cosas o actividades hace mientras está aquí? Algunos respondían:

*“Nada, pensar sin más, a reflexionar sobre los problemas que he tenido. A veces, cuando salgo del trabajo después de un día con broncas vengo me siento y me desestreso”*(Hombre de 40 años, empleado).

Otra respuesta similar es la siguiente:

*“Nada más me siento un rato, ni siquiera agarro un papel pa’ que yo lea, nomás estoy sentado, descansar nomás, ver a la gente que pasa, a las palomas”*(Hombre de 47 años, empleado).

El porcentaje acumulado de estas dos categorías es bastante alto, incluye a más del 60% de los visitantes, esto ilustra que el uso principal de los entrevistados es fundamentalmente de distracción y esparcimiento.

En cambio, la tercera frecuencia en orden descendente (14.3%) incluye a los actores que respondieron dedicarse a múltiples actividades que agrupé en la categoría *Vender, trabajar, buscar empleo o personas relacionadas con el trabajo*. Un ejemplo de estas respuestas es la siguiente:

*“Yo vengo para encontrarme a alguien que me contrate para trabajar como mesero o guía, me dan trabajo. Aquí puedo estar el tiempo que quiera y como viene mucha gente sale la chamba”* (Hombre de 47 años, mesero).

Para éstos la plaza constituye el espacio idóneo para realizar una práctica urbana con fines evidentemente instrumentales y pragmáticos. No van de visita en busca de experiencias de relajamiento ni descanso, acuden para obtener el sustento y esto implica estar largo rato sentados en el lugar. Mientras esperan platican con sus pares, observan a los transeúntes, leen el periódico y bromean.

La localización centralizada de la plaza la hace el sitio adecuado para realizar acciones relacionadas con el trabajo o la búsqueda del mismo. Algunos actores señalaron que vienen, compran el periódico local, se sientan bajo la sombra de los laureles para revisar la sección de avisos clasificados. Si encuentran ofertas de empleo interesantes toman nota y por la proximidad de los paraderos pueden desplazarse a cualquier parte de la ciudad<sup>21</sup>.

En cuarto lugar por orden de importancia (7.1%) está la categoría que incluye a las personas que respondieron que se reúnen con amigos de su edad, principalmente jóvenes, para *conversar y conocer gente*. Por su ubicación central y los usos tradicionalmente atribuidos la plaza es punto de encuentro. Recordemos que por la belleza de la arquitectura de sus antiguos edificios, la oferta de restaurantes, cafés y otras atracciones turísticas, la plaza es visitada por turistas nacionales y extranjeros.

---

<sup>21</sup> Para los pobladores de escasos recursos que carecen de teléfonos domiciliarios, la disponibilidad de varias casetas telefónicas en la plaza les permite hacer llamadas para indagar información sobre las ofertas de empleo.

“Ahorita como está abierto para el turismo yo creo que llegan gente de todos lados, ahora un rato estaba platicando con una holandesa. Me hizo preguntas que la casa aquella, en que año se construyó, en realidad no lo sé, no le puedo dar respuesta, pero me dice que es muy impresionante, a mí también me maravilla esa casa. La muchacha me dijo que le gustaba mucho, que ya había tomando fotos, esas fotos -me dice- me las llevo de recuerdo de Mérida” (Mujer de 19 años, estudiante).

Por otra parte, considero importante señalar que contrario a lo que pensaba antes de aplicar las entrevistas, pocas personas respondieron que van a observar espectáculos, admirar los productos de las ferias artesanales o de libros, ni a eventos culturales como conciertos (7.1%). De hecho, aunque en la plaza se realiza el programa *Mérida en Domingo* y los lunes se presentan bailes regionales -vaquería y jarana-; la mayor parte de los entrevistados van a la plaza por otros motivos. Esto no indica que los eventos culturales y artísticos tengan poca afluencia, por el contrario son bastante concurridos, la proporción del 7.1% es resultado de la distribución proporcional de los entrevistados durante todos los días de la semana.

Aunque el formulario encuesta no incluyó preguntas específicas sobre las relaciones que establecen los diferentes actores de la plaza, éstas aparecen en algunos de los comentarios recabados; además, procuré registrarlas a través de la observación etnográfica y algunas entrevistas. La información obtenida impide realizar análisis que puedan aplicarse a colectivos amplios, como los ya presentados. Sin embargo, permite apreciar algunos rasgos generales del comportamiento de determinados grupos de actores.

Los que establecen mayores interrelaciones con los otros usuarios de la plaza son quienes realizan actividades como *Vender, trabajar, buscar empleo o personas relacionadas con el trabajo*. Muchos de ellos se conocen entre sí, permanecen durante bastante tiempo en el lugar y tienen mayor antigüedad de utilizar la plaza. La mayor familiaridad entre ellos, propicia redes de



sociabilidad e interacción: los individuos conversan, bromean, se prestan el periódico o alguna revista para distraerse.

Otro grupo que acude e interactúa con distintos usuarios son los ancianos jubilados y pensionados. La plaza para ellos les hace recordar el tipo de ciudad que conocieron, les evoca permanencia de un tipo de sociabilidad y de ambiente. De acuerdo con sus discursos, la plaza es un lugar tranquilo donde nadie los molesta.

*“Si me quedo en mi casa todo el tiempo estoy pensando cómo voy a hacer esto o aquello, cómo voy a vivir más tarde, entonces vengo aquí, encuentro amigos y me pongo a conversar y ya”* (Hombre de 70 años).

Otro jubilado explicaba:

*“Aquí se miran personas de todas clases, hay doctores, hay uno que viene aquí a leer sus novelas, hay licenciados, hay comerciantes. Hay unos que hacen sus reuniones, cada uno tiene su grupito de amigos, allá hay dos o tres, por el momento..., Yo ya sé con quienes voy a hablar, vienen 4 o 5 amigos, tenemos nuestra banda, como decimos de compañerismo”* (Hombre de 76 años).

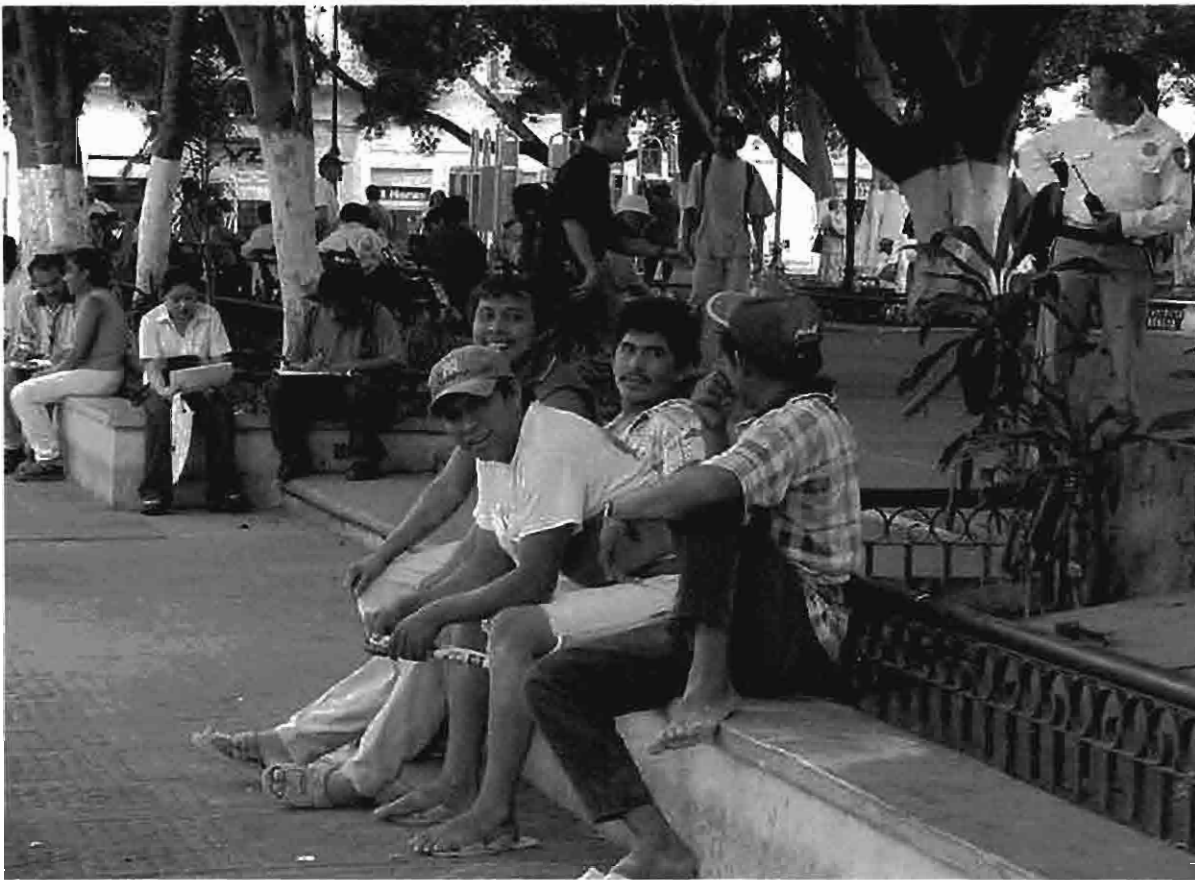
En ambos casos se observa que la relación de las personas con los otros visitantes de la plaza se da regularmente con gente similar a ellos, ya sea por la edad, experiencias vividas o por el tipo de actividades, motivaciones o expectativas que los llevan a este lugar. Los discursos de estos actores confirman las propuestas de Maurice Halbwachs, de que: *“están naturalmente conectados a un cierto lugar porque la proximidad espacial ha creado relaciones sociales entre sus miembros”* (1990: 19).

Los que acuden a descansar, sentarse brevemente o esperar, establecen pocos intercambios sociales con los otros actores. Aunque no rehuyen la plática tampoco la persiguen afanosamente. Cada cual se dedica a lo suyo, leen, esperan o simplemente miran a los demás.

Cabe destacar que la variable sexo influye en la mayor o menor interacción entre los usuarios. Las mujeres pocas veces entablan conversación

con personas desconocidas. No muestran excesiva desconfianza como las de otras ciudades mexicanas con mayores niveles de inseguridad, sin embargo, son bastante precavidas para evitar experiencias negativas provocadas por individuos groseros, irrespetuosos o “morbosos”, que las ofendan con algún comentario vulgar o insinuación.

## **IMÁGENES DE ALGUNOS ACTORES QUE UTILIZAN LA PLAZA**



**TRABAJADORES DE LA CONSTRUCCIÓN ESPERANDO AL  
CONTRATISTA**



TRANSEÚNTES



TOREROS Y MÚSICOS



COMERCIANTES DE ARTESANÍAS YUCATECAS



INDIGENTES Y MENDIGOS



TRANSEÚNTES



ESTUDIANTE



VISITANTES Y LOCALES



TURISTA



TURISTAS DESCANSANDO Y ADMIRANDO EDIFICIOS



HOMBRES JUBILADOS



FAMILIA YUCATECA DE LA ZONA MAYA



TIPOS DE APROPIACIÓN DE LA PLAZA



JÓVENES PLATICANDO POR LA TARDE





### AMBIENTE Y ACTORES DE LA PLAZA

#### **III.4.3. Representaciones e imágenes de los entrevistados sobre los otros actores de la plaza.**

Por otra parte, con el objeto de indagar las imágenes que tienen los entrevistados sobre los otros actores que frecuentan el lugar, incluí en la encuesta preguntas sobre el tipo de personas que van y las cosas que hacen.

El mayor porcentaje de los encuestados (37.5%) indicó que los actores de la plaza vienen a *conversar, distraerse, pasear*. Cabe destacar que algunos discursos permiten apreciar que las representaciones sociales sobre la forma como usan el lugar las otras personas, no son diferentes a las del propio entrevistado. Varios de éstos incluían en sus respuestas frases como “*lo mismo que yo*”, o “*igual que*”, que expresan identificación y semejanza con parte de los otros actores. Dos ejemplos que ilustran lo señalado son los siguientes:



*“Pues generalmente como son gentes de mi entorno y de mi medio (hacen) lo mismo que yo, es decir, son otro grupo de amigos, es decir todos somos iguales, tenemos el mismo rol”*(Hombre de 24 años, empleado).

Otra persona respondió lo siguiente:

*“Veo muchos venteros, que venden cigarros, churritos, que bolean zapatos, están trabajando, luchando por la vida, me gusta verlos porque soy igual que ellos, tengo que venir a trabajar a Mérida y es lo mismo”*(Mujer de 50 años, empleada doméstica).

En orden decreciente el 17.58% de los entrevistados indicó que los otros actores son trabajadores y por ende van al lugar a *Vender, trabajar, buscar empleo o personas relacionadas con el trabajo*. Es claro que éstos forman parte de la imagen tradicional asociada a la plaza y su presencia no pasa desapercibida por quienes la usan y por quienes saben que ahí pueden localizarlos.

Uno de los entrevistados respondió lo siguiente:

*“Hay varios grupos aquí en la Plaza. Por ejemplo, enfrente de la Casa de Montejo se juntan unos que vienen a buscar trabajo, los de los conjuntos (musicales), vienen electricistas, albañiles, por esa parte que hasta su letrero tienen puesto para ofrecer sus servicios. Por donde está el Palacio Municipal hay un grupo de meseros, allá los puedes contratar. Igual hay estudiantes que a veces se reúnen nomás para platicar, no van a ir todos a casa de uno”*(Hombre de 28 años, estudiante).

Una importante proporción de entrevistados (15.17%) considera que los otros usuarios de la plaza la utilizan para *Pasar el tiempo, ver a la gente, tomar el fresco*, actividades más de tipo contemplativo que hacen referencia a una apropiación de tipo sedentario, admirando el lugar y sus visitantes. Para éstos la plaza es un lugar para “estar” no para “hacer”.

La heterogeneidad de los usuarios y la diversidad de formas de apropiación del lugar se refleja en representaciones sociales contradictorias. Lo

que algunos consideran una práctica asociada al esparcimiento, descanso y contemplación; otros la valoran en forma negativa y perniciosa:

*“Viene mucho vaguito aquí”* (Mujer de 22 años, puericulturista).

*“Algunos esperan que les caiga trabajo del cielo. Hay muchos ociosos que vienen a matar el tiempo, que no es lo mismo que relajarse”* (Hombre de 41 años, electricista).

Las imágenes sobre los tipos de usuarios y actividades son variadas, incluye a pobladores locales y extranjeros que utilizan el lugar para el disfrute cultural y estético. El 10.71% de los entrevistados señaló que las personas van a *admirar la plaza, sus eventos y espectáculos*.

Los turistas que visitan los edificios, toman fotos y miran las artesanías, no pasaron desapercibidos por los entrevistados. Los turistas interesados en la belleza arquitectónica de los edificios y el ambiente social del lugar, son espectadores de la plaza; pero al mismo tiempo son observados por los otros usuarios y son, por tanto, actores que forman parte del espectáculo que se lleva a cabo cotidianamente en el lugar. Algunos entrevistados señalaron con orgullo que la presencia de turistas imprime un carácter internacional a la plaza.

*“Vienen muchos turistas, aquí encuentras italianos, americanos, turcos, a veces veo negritos, de Brasil, coreanos, allí enfrente ponen sus camiones, vienen a conocer nuestras tradiciones y eso es bueno”*(Mujer de 55 años, ama de casa).

La diversidad de usos y usuarios hace de la plaza un espacio urbano complejo en cuanto a las representaciones e imágenes que se tienen sobre los actores, actividades y sensaciones asociados a ella. En este sentido consideré que la heterogeneidad debía producir imágenes tanto positivas como negativas sobre el lugar. Para conocerlas pregunté a los actores qué era lo que más les agradaba de la plaza. Aquí se requería que seleccionaran una sola cuestión, considerada como principal, a pesar de que pudieran tener más de una. Las respuestas, como era de esperar, incluyeron una amplia variedad de temas que

involucraban sensaciones o cualidades, personas, objetos físicos y espaciales, acciones y eventos, entornos y ambientes; que agrupé en un conjunto de categorías de acuerdo al tipo de temáticas relacionadas.

La mayor cantidad de entrevistados -el 25% de la muestra- eligió como lo más agradable *la tranquilidad del lugar*. Esto expresa con nitidez que la plaza destaca como un sitio con cualidades percibidas a través de la experiencia sensorial. Alude a sensaciones de relajación, quietud, sosiego y placidez. Al mismo tiempo coincide con los usos que le asignan los actores a este espacio para relajarse o distraerse contemplativamente.

La Plaza Principal como núcleo de la zona central de la ciudad se encuentra rodeada por gran número de establecimientos. Es encrucijada de la mayoría de las rutas de transporte urbano, que atraviesan sus calles. Y espacio preferido por diversos grupos sociales y políticos que se expresan a través de manifestaciones y plantones frente a la sede del Ejecutivo Estatal. Por todo ello resulta paradójico y significativo que aparezca asociada a la tranquilidad, como lugar para el sosiego y descanso. Es evidente que estas cualidades no son sólo consecuencia de condiciones objetivas -quietud, silencio, paz y orden-. Desde una perspectiva sociocultural son más bien sensaciones subjetivas<sup>22</sup> e ideosincrásicas, resultado de las expectativas de los actores (ver la discusión del capítulo I sobre los elementos que conforman las imágenes urbanas). Hacen referencia a una imagen proyectada sobre un sitio; lo cual permite tomar una distancia relativa de los ruidos y tráfico que existen en la zona. Uno de los entrevistados expresa con claridad esta situación:

*“Lo que más me gusta de aquí es la tranquilidad, claro que hay tráfico de las combis y camiones que pasan en las calles, a veces oyes que pasa la ambulancia, pero aquí adentro no se siente tanto el ruido, yo no sé si es por los*

---

<sup>22</sup> Por subjetivo me refiero al sujeto como actor, pero no en forma individual, sino como colectivo que comparte elementos de culturales vinculados al uso y apropiación de ciertos territorios y lugares.

*árboles y el ambiente que se respira, pero yo lo siento tranquilo*”(Hombre de 45 años, contratista).

O el caso de una mujer que respondió de la siguiente manera: *“Es el único lugar que yo conozco donde hay completa tranquilidad, excepto por el ruido de los carros”*(15 años, estudiante).

Discurso que resulta contradictorio, ya que menciona “completa tranquilidad”, pero reconoce el ruido del exterior, lo que remite a la distinción que hacen del “adentro” con el “afuera”, donde en el primero encuentran tranquilidad y en el segundo ruido y tráfico.

Relacionado con la imagen de los entrevistados sobre los actores de la plaza, en segundo lugar está el 23.21% que señaló como lo más agradable a *“la gente que viene a la plaza”*. Esto confirma que además de las características físicas, usos y funciones de los lugares, el tipo personas que lo utilizan constituye un factor fundamental que le imprime cualidades y atributos particulares y en este caso una valoración altamente positiva sobre quienes la usan. Como señaló una de las entrevistadas *“la gente es lo que hace grande a un lugar”* (Mujer de 40 años, comerciante).

En orden descendente aparece en tercer lugar con el 21.42% el grupo de entrevistados que prefirió cuestiones asociadas a las condiciones ambientales del espacio físico: *“Vegetación, árboles, fresco, palomas”*. A pesar de la ubicación en el mero núcleo del centro urbano, o quizá precisamente por estar rodeada de cosas y ambiente artificiales como calles, edificios y automóviles, los entrevistados distinguen el lugar como un oasis que alberga lo verde, la sombra, la brisa. Cosas que evocan cualidades relacionadas con la naturaleza.

Una parte importante (19.64%) expresó dificultad para responder la pregunta en la forma como lo hicieron los grupos anteriores. No podían ubicar algún aspecto específico o particular que les resultara más agradable. Sus respuestas involucraban palabras como “muchas cosas”, “todo lo que veo”, “el conjunto”, “lo que me rodea”. Estas respuestas las agrupé en la categoría del

*“todo el lugar, el ambiente y entorno”*. Varias de las cosas de ésta involucran algunas de las incluidas en las categorías anteriores, pero no expresan puntualmente cuestiones específicas.

Además de indagar lo positivo pregunté a los entrevistados sobre los aspectos desagradables y les pedí que eligieran aquel que más les disgustara. Resulta pertinente destacar que el mayor porcentaje relativo de toda la muestra, el 41.1%, indicó que no encontraba *“Nada o ninguna cosa desagradable”* en el lugar. Un ejemplo claro de esto fue la respuesta de un joven estudiante de 20 años quien señaló:

*“Si hubiera algo desagradable o que me molestara no vendría yo”*.

De acuerdo con los resultados de la encuesta propongo que la categoría que incluye la mayor proporción relativa de los actores estudiados, posee una imagen sumamente positiva de su plaza. Esto explica la afluencia a la misma, a pesar de la construcción de otros lugares que pudieran fungir a modo de opciones para visitar, como las plazas comerciales.

Como espacio público de acceso libre y plurifuncional la plaza, aunque se percibe como un lugar agradable, no está exento de situaciones, cosas o personas consideradas inadecuados o que incluso incomodan a los actores que la usan. Señalé líneas arriba que el 41.1% no encontró ninguna cuestión que estimara molesta; el porcentaje restante de personas que señalaron aspectos desagradables se distribuye en dos grandes categorías.

La primera abarca un variado conjunto de personas calificadas en forma negativa: *los maleantes, borrachos, chavos banda y drogados*”, (22.32%); *“homosexuales y prostitutas gay”*, (9.82%); *“vendedores ambulantes y limosneros”*, (8.0%); e *“individuos groseros y morbosos*, (6.25%). Todos éstos en forma acumulada suman el 37.69% de lo que se juzga como desagradable. Y forman parte de los actores que incluye Katia Mandoki en los *“imaginarios maléficos”* (Op. Cit).

La segunda categoría se refiere a cuestiones relacionadas con el estado y condiciones del lugar. Éstas incluyen el ruido de los automóviles, la suciedad el abandono del mobiliario, las áreas de jardines y la deficiencia de vigilancia e iluminación. Todos éstos fueron evaluados como desagradables, sin embargo, representan el 21.21% de las respuestas, lo cual podría interpretarse como que producen menos molestia o desagrado, comparadas con las relativas al grupo de entrevistados del porcentaje anterior.

Antes indiqué que los consultados consideraban como elemento relevante y atractivo de la plaza a la gente que la usa. Pero por otra parte encontré una importante proporción de individuos que califican en forma negativa a cierto tipo de usuarios. Esta aparente contradicción demuestra que no todos los actores son percibidos en forma homogénea y positiva.

La presencia de actores heterogéneos y múltiples está relacionada con la diversidad de usos y funciones asignadas a este soporte. Es consecuencia más que de su centralidad física del hecho de que es espacio público. Como tal -siguiendo a Simmel- es un espacio donde el intruso es aceptado, por más que éste no halla encontrado todavía su lugar y por más que no halla abandonado su libertad de ir y venir (Citado por Isaac, J. 1988: 46).

La diversidad de usos, actividades e imágenes, asociadas a un lugar de naturaleza pública con acceso libre, que alude a la experiencia de fluidez y copresencia, convoca a un conjunto heterogéneo de actores urbanos que coincide en espacio y tiempo. Frente a esta variedad, los usuarios se identifican con determinadas personas que consideran semejantes y familiares y distinguen y rechazan claramente a quienes son diferentes, por su aspecto, conductas, o prácticas. Los actores de este espacio público se mueven en un estado permanente de aproximación y evitación.

Para una buena parte de los actores, aunque la plaza sea pública "*hay que usarla de forma correcta*" y censuran a los que acuden a ella para robar, escandalizar, molestar a los meridianos, acosar a los turistas, ligar y prostituirse.

Entre los grupos de usuarios cuya presencia se juzga en forma negativa están, por un lado, todos aquellos con aspecto de maleantes -carteristas, drogados, cholos-, por la inseguridad que se les atribuye. Esta inseguridad puede ser resultado de condiciones reales (objetivas) o de representaciones imaginarias. Como fuera, son actores que producen desconfianza y temor ante la eventual posibilidad de que puedan provocar acciones delictivas como asaltos, agresiones físicas o verbales, disturbios o conflictos de cualquier naturaleza. Aunque en menor grado, las personas con aspecto andrajoso, desaliñado y de suciedad como los mendigos y teporochos, también fueron considerados desagradables, ya que *“dan una mala imagen”*.

Por otro lado, se encuentran los homosexuales, quienes a diferencia de los primeros no son percibidos como actores potencialmente peligrosos en el sentido de agredir físicamente. La evaluación negativa de ellos obedece a cuestiones de tipo moral, relacionadas con su aspecto, ademanes, preferencias eróticas y actitudes públicas. Homosexuales y prostitutos masculinos fueron considerados transgresores de la moralidad tradicional, asociada a la familia y sexualidad, son “los otros” que reflejan lo negativo<sup>23</sup>. Un ejemplo claro de esta percepción es el siguiente comentario:

*“Ese es el pedo, que últimamente vienen un chingo de “cangrejos” que anteriormente no había, porque venían esporádicamente uno que otro. Después se empezaron a armar en bandas y ahorita ya son bandas las que vienen, sí*

---

<sup>23</sup> Rossana Reguillo explica los procesos, mecanismos y formas de exclusión a través de las imágenes y percepciones sobre los actores. Propone las figuras de Narciso y Medusa en su sentido metafórico para explicar la identificación y diferenciación en la vida social. El primero le permite explicar la mismidad, identidad, el reflejo agradable del espejo, que da seguridad a los individuos. La Medusa expresa lo opuesto, significa *“una alteridad tan radical que no es posible mirarla sin morir”* (Baudrillard 1991). Por ello es fuente de miedo y peligro. En esta lógica los homosexuales de la plaza podrían ser vistos como Medusas. Narciso es Medusa cuando la mirada es exterior; Medusa es Narciso cuando la mirada es interior, juego de espejos en el que los grupos van construyendo los límites de su identidad en relación con el otro, a los otros (Reguillo, R. 1995a: 36-39).

*bandas de “puñales” viejitos, bandas de más jóvenes, de más chavos, siempre vienen acá”*(Hombre de 30 años, empleado).

Resulta interesante señalar que incluso algunos entrevistados autodefinidos como “gente del ambiente”, una forma eufemística de indicar empatía, simpatía e identificación con los homosexuales, consideraron negativa la presencia tan evidente de éstos. Uno de ellos indicó:

*“Hay mucho prostituto masculino. Este es un problema grandísimo porque todas las revistas internacionales gay describen la plaza como un punto de encuentro gay y tenemos una avalancha de turismo extranjero que está viniendo a tener relaciones con este tipo de gente que por dinero se está prostituyendo, aunque tampoco se puede decir que estemos llegando al límite. Cuando pasa algo así el mismo gobierno protege esa imagen (de la ciudad)”*(Hombre de 44 años, médico).

Aunque las cuestiones sobre la identidad no son propósito fundamental de esta sección, considero importante plantear una breve observación al respecto. La plaza no parece ser reducto de una sola identidad urbana colectiva, -de los jubilados, de los trabajadores que laboran en ella, de los emigrados indígenas, o de los homosexuales masculinos-. No podría serlo en virtud de la presencia de múltiples actores heterogéneos que la usan con propósitos variados y en momentos diferentes. Es más bien un espacio de copresencia, donde varios tipos de actores convergen y expresan elementos de sus identidades colectivas.

La identidad se construye por oposiciones que, en el caso de los entrevistados, se expresan en sus discursos que enfatizan la alteridad y distanciamiento respecto a ciertos actores. La presencia de mendigos, homosexuales, borrachos, ladrones, etc. aunque fue criticada y mal vista es tolerada por los usuarios. Varios de éstos enfatizaron una de las cualidades principales del sitio *“la plaza es libre”* y como tal no debe prohibirse el acceso de nadie, pero *“hay que saber comportarse”*.



Las mujeres entrevistadas expresaron más molestia por los borrachos, ladrones y gente grosera; en cambio, los hombres fueron más críticos con los mendigos y particularmente con los homosexuales. Una de las razones que explica la ausencia de crítica femenina a los homosexuales está relacionada con el hecho de que las mujeres pocas veces acuden a la plaza por la noche, cuando es mayor y más obvia la presencia de éstos.

Resta señalar que la heterogeneidad de actores y sus prácticas urbanas se refleja en percepciones positivas y negativas sobre el lugar y sus usuarios, sin embargo, prevalecen las primeras. Las apreciaciones críticas fueron planteadas, pero no llegan a expresarse a través del conflicto que demande la expulsión o restricción de los actores considerados problemáticos.

El equilibrio social ante la multiplicidad de actores en la plaza, que no se expresa en conflictos evidentes, podría explicarse por factores espaciales y temporales. Respecto al primero, como vimos en la etnografía, la plaza es un lugar que a su vez incluye otros de dimensiones más acotadas, con funciones, actores y rutinas asignadas, conocidas y reconocidas por sus usuarios. El tiempo asociado al espacio y sus prácticas se manifiesta a lo largo de la jornada diaria o semanal que se divide en lapsos más cortos -ciclos, momentos y periodos-, destinados a usos, actores y actividades diferentes. Finalmente, pero no menos importante, está el hecho de que los actores se relacionan con gente similar a ellos, manteniendo una distancia prudente de aquellos que consideran diferentes o peligrosos.

Este tipo de usos y apropiaciones evoca la función que cumplen las plazas en poblaciones pequeñas, indispensables en la vida social, cultural y económica, son escenarios de la vida pública. Allí confluyen importantes puntos de interacción social y comercial y son lugares en los que se expresan diferentes grupos y dialogan diversos actores. Su riqueza simbólica y los acuerdos tácitos acerca de los territorios que cada uno ocupa, permiten discernir

las tensiones, los conflictos y el equilibrio necesario para la convivencia de grupos interrelacionados (Barbosa Cruz M. y H Pérez Niño. 1998: 20).

#### **III.4.4. Memoria histórica y significado(s) social(es).**

Es evidente que una gran parte de los entrevistados son usuarios habituales de la plaza, algunos asisten más de una vez por semana y otros incluso diariamente. Como expliqué en el primer capítulo, la relación actor-ciudad está mediada por el tipo, forma y frecuencia de las prácticas urbanas asociadas a determinados espacios y lugares. El uso continuo y frecuente de éstos puede producir sentimientos de familiaridad y arraigo (Ver Mandoki, K. Op. Cit), así como información y conocimiento sobre los espacios de la cotidianidad. Con el objeto de conocer estas cuestiones incluí preguntas sobre la apropiación desde una perspectiva del conocimiento y reconocimiento de la historia, de las transformaciones -físicas y sociales-, y de los acontecimientos y eventos que los actores recuerdan como parte de su memoria colectiva asociada a este hito urbano.

Conuerdo con el planteamiento de Maurice Halbwachs (1990: 11) de que *“toda memoria colectiva se desarrolla dentro de un marco espacial”* y considero, por todo lo ya señalado, que la Plaza Principal es un ámbito privilegiado, generador, contenedor y preservador de parte de esta memoria que alimenta las imágenes e imaginarios urbanos de sus actores.

Convengo con Halbwachs en que el espacio es una realidad perdurable, dado que nuestras impresiones vuelan una tras otra y no dejan nada en la mente, por tanto, sólo podemos recuperar el pasado si entendemos como es conservado por nuestro medio ambiente físico. Nuestra atención debe volverse al espacio que ocupamos, en el que viajamos, al que tenemos acceso continuo, o podemos en cualquier momento reconstruir en pensamiento e imaginación (Ibíd).

Desde una perspectiva simbólica, más allá de la apropiación física entendida como uso y ocupación, propongo que los lugares pueden ser apropiados vía el conocimiento -información- sobre su historia, modificaciones, acontecimientos y las formas como lo nombran o conocen sus actores. Conuerdo con autores como Duran y Nieto (Ver discusión del capítulo I) que este conocimiento contribuye a la conformación del acervo que alimenta los imaginarios urbanos.

Como hemos visto la Plaza Principal es un lugar con existencia de más de cuatro siglos y medio, a lo largo de éstos ha sido escenario de una amplia diversidad de actividades, funciones, usos, y acontecimientos. Por todo ello una gran parte de sus actores la identifican y relacionan con la historia de la ciudad, con la tradición, antigüedad y el pasado.

Una de las preguntas que realicé fue sobre el nombre como la conocen o reconocen los entrevistados, la diversidad de topónimos recabados expresa parte de la historia meridana. La abrumadora proporción de actores (50.09%) dijo -sin mayor problema- que la conocía como *Plaza Grande*; fue elegido en segundo lugar de importancia el nombre de *Plaza Principal* con el 20.5%. Como se observa la mayor parte de los usuarios la denomina a través de adjetivos que enfatizan sus características físicas: tamaño o dimensiones, o la jerarquía, importancia o superioridad. En ambos casos tales atributos fueron considerados mucho más relevantes que los eventos o acontecimientos históricos.

Muy distantes de las dos primeras proporciones aparecen otras con diferentes formas de nombrarla: *Zócalo* (7.1%), *Plaza de la Independencia* (5.35%), y *Parque Principal* (4.46%). Algunos entrevistados usan otras maneras para denominarla: *Plaza de la Constitución*, *Plaza Mayor*, y *El Centro*, todas ellas con idéntica proporción (2.7%).

Hasta hace dos décadas era prácticamente raro que alguien se refiriera a la plaza con el nombre de zócalo. Con la llegada de personas del Altiplano y

otras partes de México y la difusión por la televisión de las ceremonias cívicas que se realizan en el corazón de la capital, ahora se ha importado el término “zócalo”. Sin embargo, debido al fuerte localismo de los meridianos todavía no representa una proporción importante e incluso su uso para el caso meridano fue criticado por algunos entrevistados como se aprecia a continuación:

*“A nosotros los yucatecos los huaches nos quieren imponer el mexicanismo de zócalo, como usan ellos para sus plazas principales, pero nosotros jamás lo aceptaremos. Desde 1985 tenemos 15,000 del D.F. viviendo en Mérida y nos han impuesto mexicanismos que hacen que se esté perdiendo mucho de la imagen local que tenemos, pero en esto de la plaza todavía se llama Plaza Grande”* (Hombre de 44 años, médico).

Este discurso permite apreciar la importancia que tiene entre ciertos actores el nombre para designar, distinguir, reconocer y construir significado sobre este lugar. La defensa del nombre tradicionalmente usado para la plaza no es un asunto trivial, forma parte de la apropiación simbólica de la misma y expresa la defensa de la cultura local y de su identidad.

Aunque los nombres asociados a la historia para denominarla aparecen con proporciones muy bajas, no están ausentes y ameritan un breve comentario. *Plaza de la Independencia* y *Plaza de la Constitución*, evocan importantes hechos históricos, a primera instancia el lector -y quizá algunos de los entrevistados- podría interpretarlos como referidos a la historia mexicana. Sin embargo, como expliqué en la primera parte de este capítulo, estos nombres conmemoran efemérides que tuvieron un fuerte impacto en la historia local como la proclamación de la Constitución de Cádiz (1812) y la Independencia de Yucatán del resto de México (1821), lo que recuerda el carácter regionalista de los yucatecos.

Por otra parte, como plantea Halbwachs la memoria colectiva -en este caso de una ciudad y su sociedad-, requiere de un sustrato espacial que haga recordar y evocar los eventos y acontecimientos significativos. En este contexto

indagué entre los actores si sabían o podían recordar hechos o cosas relevantes sucedidos en la plaza. El 66.96% de las personas se expresó en sentido afirmativo y el porcentaje restante (33.03) respondió que no sabía, o no recordaba. Entre el grupo de quienes reconocieron saber o recordar cosas o hechos relevantes les solicitamos que indicaran cuáles eran. La pregunta se planteó en forma abierta, explicando a los entrevistados que podían incluir cualquier cosa que juzgara importante, no sólo cuestiones de tipo histórico.

Los resultados arrojaron la siguiente información. La mayor proporción señaló diversos sucesos relacionados con cuestiones políticas (de los dos principales partidos políticos PRI y PAN: cierres de campaña, mítines de victoria, -cuando Correa Rachó primer alcalde panista reunió a más de 15,000 personas en la plaza-, y también de manifestaciones de trabajadores, campesinos, protestas del líder asesinado Efraín Calderón Lara “Charras” y los plantones de Severino Canché. Todas éstas respuestas las agrupé en la categoría de *Manifestaciones partidistas y ciudadanas* y representan el 29.33% del total.

La segunda proporción en orden descendente fue asociada a eventos artísticos, cívicos, exposiciones, etc. como los aniversarios de la fundación de la ciudad, presentación de conciertos al aire libre, las ceremonias del Grito de Independencia y la feria artesanal que congrega a los expositores del Mundo Maya. Estas actividades representan el 24.% de la muestra e ilustran que las cosas importantes asociadas a la plaza también incluyen actividades a los que se asiste para distraerse o divertirse.

La tercera proporción (13.13%) está relacionada con los cambios físicos del entorno, particularmente de un edificio considerado emblemático: “El Olimpo”. Como expliqué en la primera parte de este capítulo, dicho inmueble fue demolido en 1974, dejando desocupado el costado nordeste de la plaza durante más de dos décadas. Esta acción fue severamente criticada por gran parte de los meridianos y durante muchos años, a través de la prensa local, articulistas aficionados a la historia e incluso yucatecos de reconocido prestigio

internacional como el historiador Silvio Zavala -galardonado con el premio Príncipe de Asturias-, legitimados con el peso de su prestigio académico y su profundo amor por la ciudad, lamentaban la pérdida del Olimpo e instaban a su reconstrucción.

La administración municipal (1997-1999) de extracción panista hizo suya esa demanda como un símbolo político-cultural y promovió la construcción del nuevo edificio que lo sustituyó: el Centro Cultural Mérida, “Nuevo Olimpo”. Durante cerca de dos años a través del Diario de Yucatán, periódico local claramente identificado con dicho partido, se realizó una amplia campaña de difusión de esta obra -publicando por lo menos una noticia cada semana- que logró influir en gran parte de la población meridana.

Este caso ilustra la construcción de imágenes homogenizantes a través del discurso de periodistas, artistas e intelectuales, quienes fuertemente apoyados por la prensa lograron erigir un nuevo edificio propuesto como nuevo icono urbano. Esta campaña fue un éxito a tal grado que el viejo y nuevo Olimpo se mezclan y son parte de los “hechos” seleccionados como importantes por los entrevistados.

Personaje controvertido, el general Salvador Alvarado (1915) -ver primera parte-, es uno de los pocos individuos que se recuerda y asocia con el lugar. Su actuación, sin embargo, no fue juzgada en forma positiva sino de manera crítica. Las acciones de Alvarado en la Plaza y su entorno son varias: el saqueo de la Catedral por sus tropas que destruyeron altares y figuras del máximo recinto católico de Mérida, la transformación del Antiguo Palacio Episcopal para albergar el Ateneo Peninsular y los castigos ejemplares que usaba para imponer el orden en el estado, que incluían colgar a los ladrones y delincuentes en los laureles de la plaza para que los observaran los enemigos de la Revolución. Todas estas acciones fueron recordadas por el 10.66% de los entrevistados.

Finalmente, con idéntica proporción (6.66%), los entrevistados seleccionaron los siguientes acontecimientos como importantes: 1) *Las visitas de personajes importantes*, 2) *El martirio de Jacinto Canek*, y 3) *La Fundación de Mérida*. El primero se refiere concretamente a la presencia del presidente William Clinton al Palacio de Gobierno y la del Papa Juan Pablo II a la Catedral. El segundo recuerda la tortura de Jacinto Canek, realizada en el centro de la Plaza por las autoridades españolas como escarmiento por haber iniciado la revuelta de Cisteil en 1761. El nombre de Canek vinculado a la plaza resulta significativo porque es el único personaje de la etnia maya asociado al lugar. El tercero remite al origen de la ciudad fundada por Francisco de Montejo “el Mozo”.

Todos estos eventos han dejado su impronta en el territorio conformado por la principal plaza de la ciudad. Sin embargo, confirman que la memoria es selectiva como propone Marc Augé (1998b) en su libro “*Las formas del olvido*”, así, pasaron desapercibidos para la mayor parte de los entrevistados dos hechos históricos del siglo XIX y principios del XX: la visita de la emperatriz Carlota Amalia y la del presidente Porfirio Díaz. Una probable explicación de la escasa importancia otorgada a las visitas de ambos personajes puede encontrarse en el “posicionamiento” de los actores entrevistados. Recordemos que la mayor parte de éstos pertenece a los sectores de clase media baja y baja -sin olvidar que una buena proporción es de origen rural- y pueden estar poco identificados y familiarizados con tales personajes.

En cambio, los nombres de la Emperatriz Carlota y el General Díaz son evocados con frecuencia por las clases pudientes, así como por cronistas y periodistas complacidos en conmemorar una historia urbana fastuosa y aristocrática, a través de artículos periodísticos en la prensa local.

Cabe destacar que fueron seleccionados aquellos hechos de la historia de la segunda mitad del siglo XX en los cuales algunos actores fueron testigos y participantes. Tales acontecimientos pueden ser vistos como tiempo y espacio

condensados en experiencias vividas. A medida que los eventos se alejan en el tiempo, se reduce la proporción de individuos que los evocan y cuando los citan aclaran *“que les han contado o han leído sobre ellos”*, como en el caso de la información sobre Jacinto Canek que se enseña en las clases de historia yucateca de la escuela primaria. Como fuera, historia cercana o distante, los eventos y acontecimientos seleccionados forman parte de los recuerdos, información, evocaciones y, en suma, de la memoria urbana colectiva que forma parte de los imaginarios urbanos de los entrevistados.

Territorio multifacético, de diversidad de usos y funciones; de la heterogeneidad social, ámbito de la expresión de un sector de la sociedad meridana, recinto de la memoria colectiva y de imágenes e imaginarios. La Plaza Principal es lugar indispensable para un vasto sector de actores quienes con sus usos la apropian y transforman cotidianamente.



PAREJA MERIDANA DE CLASE MEDIA



## Capítulo IV

# El Centro Comercial Plaza Dorada, actores, prácticas, e imaginarios urbanos

### IV. 1. Introducción.

Hasta poco más de dos décadas la zona central del Distrito VIII aglutinaba los principales soportes de las actividades administrativas, políticas, financieras, educativas, comerciales, lúdicas y simbólicas. Por ello sus espacios públicos: plazas, parques, calles y mercados desempeñaban importantes funciones en la estructura urbana. La construcción de subcentros, planeados y ofrecidos como espacios alternativos más eficientes y modernos, entraron en competencia con varias de las funciones y actividades de esta zona y redujeron notablemente su protagonismo, cantidad, tipo de usuarios y desplazamientos a la misma.

La función de vivienda en la zona central fue la primera en resentir los impactos de la transformación de la estructura urbana. Ahora el Distrito VIII presenta menor población que hace dos décadas y mayor índice de envejecimiento. También salió una gran cantidad de escuelas públicas y privadas, restaurantes, cafés, cinemas, centros nocturnos, oficinas y despachos. La relocalización de estos servicios cercanos a las zonas residenciales de altos ingresos, hizo que sus pobladores redujeran sus desplazamientos al área central que dejó de ser necesaria y funcional para ellos. De esta forma, en el consumo de servicios y espacios urbanos –principalmente los espacios públicos–, se presenta una tendencia hacia la segmentación de los mercados y los usuarios.

Una buena proporción de los comercios y servicios iniciaron el éxodo hacia “*las modernas catedrales del consumo*”: las plazas comerciales. Éstas incluyen supermercados, cines, tiendas departamentales, restaurantes, bancos, diversos servicios y establecimientos para la diversión y esparcimiento (Geraiges de Lemos, A. s/f).

En este contexto de transformaciones del espacio urbano se manifiesta una obsolescencia de los símbolos tradicionales asociados a la ciudad -sus calles, monumentos, edificios representativos-, provocada por la nueva dinámica funcional y masiva de las ciudades, que privilegian la existencia de los espacios efímeros como los grandes supermercados y centros comerciales (Mandoki, K. Op. Cit). Además, se observa entre determinados grupos sociales, una reducción del uso de espacios públicos tradicionales como parques y plazas, sustituidos por nuevos espacios públicos de naturaleza privada.

Por la importancia de estos soportes en la modificación del funcionamiento de las ciudades y los desplazamientos de sus pobladores, consideré pertinente el estudio de los centros comerciales. Éstos se ofrecen como opciones de espacios urbanos “públicos” que permiten a sus usuarios llevar a cabo diversas prácticas urbanas.

Incluir a los centros comerciales como espacios públicos amerita una breve explicación. La relación entre el espacio público y privado es, sin duda, un tema recurrente en los estudios urbanos y desde mediados de los noventa encontramos en la agenda de discusión nuevas formas de abordaje y debates sobre dicha relación. Esto en gran medida es resultado de la proliferación de nuevos proyectos urbano-arquitectónicos como los grandes centros comerciales, hipermercados, parques temáticos, etc.

Propongo que los procesos que intervienen en la organización y construcción del espacio urbano en ciudades contemporáneas nos enfrenta a la necesidad de repensar las categorías de espacio público y vida pública. En esta perspectiva autores como Mike Davis, Sorkin y Soja (en Fessler Vaz, 1996)

entre otros, vislumbran el fin del espacio público. Soja plantea que los espacios públicos recién construidos son en verdad simulacros, mientras que Sorkin observa en el caso de las metrópolis norteamericanas que éstos -principalmente los nuevos centros comerciales- no reproducen “*el espacio síntesis de la ciudad*”. (Sorkin citado en Fessler Vaz, 1996: 98). Otilia Arantes (1995a y 1995b) coincide con tales autores, afirmando que los recientes proyectos urbanos ya no se esfuerzan más en recuperar la vida pública perdida y propia de la ciudad. Al contrario, tienden a tematizar, estetizar y acentuar la ciudad *soft*, fragmentada y caótica (Citada en Fessler Vaz: 98)

Considero que estas propuestas resultan pertinentes al explicar las características y funcionamiento de tales espacios –simulacro, estetización, consumismo, etc.-, sin embargo, me parece que necesitamos más investigaciones para discutir y aceptar el fin del espacio y vida pública en las ciudades. Coincido con Fessler Vaz que varios de estos nuevos espacios confunden las nociones universalmente aceptadas de público y privado, en detrimento del ambiente fundamental de la vida urbana. Sin embargo, propongo que esto debe enmarcarse como parte del proceso de confusión de las categorías y realidades pública y privada presente en muchas ciudades latinoamericanas.

Si hasta hace algunos años los conceptos, los límites, las relaciones entre los códigos de identificación de los espacios público y privado eran tradicionalmente reconocidos y aceptados por proyectistas y usuarios, hoy esa relación parece nebulosa, subvertida y hasta invertida. Hoy se observa tanto una privatización del espacio público y la publicitación del espacio privado, lo que genera ambientes nuevos, indefinidos, a los cuales se les procura imprimir un carácter que no tienen, recurriendo al simulacro (Fessler Vaz, 1996:98).

En este contexto al hablar de espacio público hoy necesitamos tener presente que aunque idealmente debe definirse por la accesibilidad libre, lo que implica no ser apropiado en forma privada, en la realidad algunos de los espacios actuales –o posmodernos- presentan características ambiguas. En éstos

lo privado se presenta y ofrece como público, sin serlo realmente, pero es percibido de esta forma por buena parte de aquellos que lo utilizan. Claro ejemplo de éstos espacios son los centros comerciales.

Para la exposición de la información decidí utilizar un procedimiento similar al del Capítulo III. Esto obedece a mi interés por contrastar –en la medida de lo posible- parte de la información respecto a los usos, prácticas, imágenes e imaginarios. Reconozco que los centros comerciales no son idénticos a los espacios públicos tradicionales en cuanto a organización espacial ni cultural. Sin embargo, como explicaré con mayor detalle, uno de los propósitos de estos establecimientos es emular o sustituir varias de las funciones del antiguo centro urbano que giraba en torno a la Plaza Principal, incluyendo actividades de tipo recreativo y cultural, enmarcándolas en un espacio de simulación y seducción.

#### **IV. 2. Centros comerciales, desarrollo y características.**

El centro o plaza comercial constituye uno de los productos más sintomáticos de la expansión capitalista en su etapa de modernización, más allá de la localización de mercancías en un establecimiento. Como concepto arquitectónico expresa la combinación de la lógica funcional articulada a esquemas comerciales.

Sus antecedentes se encuentran en las formas comerciales puestas en práctica en ciudades europeas desde principios del siglo XIX. París fue pionera en el trazo de pasajes peatonales a través de grandes edificios que se cerraban al tráfico, donde se establecían puestos y tiendas de venta al menudeo. Otros autores (Garder, 1999), ubican sus orígenes en las galerías italianas. Entre 1820 y 1930 los arquitectos retomaron en sus diseños las naves de las catedrales, adaptándolas con propósitos comerciales. Así se construyeron espacios en forma

de cruz, protegidos por domos transparentes, donde paseaba la burguesía mientras admiraba las vitrinas (Citado por López Levi, L. Op. Cit: 89).

En las ciudades de EEUU los centros comerciales se expandieron en forma rápida a partir de 1945, de tal forma que a principios de los años 80 su número ya superaba los 18,000 (Gormsen, E. y R. Klein-Lupke. s/f: 2). Dos décadas después logran consolidarse como forma dominante de distribución de bienes y servicios al menudeo en dichas ciudades. Herbert Schiller en su libro *Cultura(s)* destaca que en 1988 por primera vez el número de centros comerciales superó al de oficinas de correos y escuelas públicas: 30,600 en todo el país (Schiller citado por Silva, A. 1994: 41).

En las ciudades europeas su difusión es más tardía, se puede ubicar en 1954 con el *Vällingby Shopping Center* de Estocolmo. Los primeros centros de este tipo en Alemania fueron el *Main-Taunus-Zentrum* cerca de Frankfurt y el *Ruhrpark-Einkaufszentrum* en Bochum, ambos inaugurados en 1964. A principios de la década del noventa había más de 600 centros comerciales en Alemania. No obstante, sólo 70 superan los 20,000 metros cuadrados de superficie construida y tenían una zona de influencia regional (Gormsen, E. y R. Klein-Lupke. Op. Cit: 2).

En América Latina a partir de los años 50 se instalaron grandes cadenas de supermercados (tiendas de autoservicio), con extensas superficies de estacionamiento que fueron ensayos para el posterior desarrollo de sub-centros de comercio. Hasta los años sesenta surgen las primeras grandes plazas comerciales en Sao Paulo (1966) y Ciudad de México (1969); en los setentas en Caracas (1972) y Bogotá (1974) y hasta la década de los ochenta se inauguran en Buenos Aires, Montevideo y Santiago de Chile (Ibíd).

Dawson -basado en la propuesta del Urban Land Institute-, define a los centros comerciales como un conjunto más o menos grande de locales comerciales y de servicios, unificados arquitectónicamente. Regularmente son construidos en un sitio que se planea, desarrolla y posee como una unidad

operativa, relacionada en su localización, tamaño y tipo de tiendas con el área a la cual sirve (Citado por López Levi, L. Op. Cit: 71).

Los centros comerciales son una empresa inmobiliaria de iniciativa privada que reúne en uno o más edificios corredores con comercios o servicios semejantes. La agrupación está planeada por la empresa con el fin de promover la presencia de varios negocios del mismo ramo y permitir la compra por comparación. Asimismo, se busca que haya una variedad de rubros (Ibíd: 72).

En el caso de América Latina las plazas comerciales, en no pocos casos, llegan a ser grandes instalaciones y no difieren mucho de los *shoppings malls* norteamericanos o los *shopping centers* europeos. Comparados con los primeros regularmente resultan modestos en cuanto a dimensiones y diversidad, sin embargo, superan a los de Europa en superficie construida, el lujo de la arquitectura y la oferta de sus comercios y servicios (Gormsen E. y R. Klein-Lupke. Op. Cit: 1).

Concuerdo con López Levi quien define el centro comercial compuesto por un grupo de negocios que se ubican en uno o más niveles, localizados entre grandes almacenes o tiendas departamentales que sirven de anclas o polos de atracción. Esta estructura garantiza un flujo estable de compradores y paseantes. Sin embargo, es un lugar que va más allá de lo concreto. Es un conjunto arquitectónico que rebasa las fronteras de la realidad e incorpora elementos provenientes de la imaginación y los deseos. Es un paisaje organizado para promover la fantasía y el placer. Su ambiente está influido por las imágenes de la televisión. La arquitectura resulta monumental, compleja y sus acabados son más lujosos que los de sus predecesores, los antiguos centros comerciales que consistían en una hilera de tiendas frente a un estacionamiento (Op. Cit: 21-22).

Originalmente los centros comerciales pretendían ser estrictamente mercados, donde la gente pudiera comprar artículos determinados; pero a partir de los años cincuenta ampliaron sus funciones para convertirse en subcentros, lugares de reunión y esparcimiento. Ahora las actividades varían desde comer,

comprar, encontrarse con gente, pasear, hacer negocios tomar cursos, distraerse, etc. Por la forma como se presentan estos lugares, no sólo han adquirido múltiples funciones, sino que han desplazado a otros espacios y han fragmentado aún más la ciudad.

#### **IV. 3. Los centros comerciales en México.**

En la Ciudad de México el primer centro comercial -Plaza Universidad-, se inaugura en 1969. Con ello se inicia la tercera etapa de la expansión comercial más allá del núcleo antiguo de la ciudad que caracteriza a la primera etapa y de los ejes urbanos: Paseo de Reforma, Avenida Insurgentes, de la segunda. Plaza Universidad logró adaptar el concepto norteamericano de plaza comercial a las necesidades comerciales y culturales de un amplio sector de la población capitalina. Su notable influencia en el entorno urbano inmediato condujo a la proliferación de establecimientos comerciales y el consecuente aumento del valor del suelo (Ramírez Kuri, P. 1993: 116).

Enclavada en un desarrollo residencial de modelos urbanísticos norteamericanos con miles de viviendas, en 1971 se inaugura Plaza Satélite. Con 74,000 metros cuadrados casi duplica la superficie de Plaza Universidad, aunque reproduce el mismo concepto e incluye la participación de varias tiendas departamentales (Ibíd: 118).

En 1980 surge Perisur, el centro comercial más grande y lujoso de su época, ocupa en total 200 mil metros cuadrados, con una superficie cubierta de 80 mil que alberga 150 establecimientos y grandes tiendas departamentales. Esta plaza reunió por primera vez a las tiendas departamentales más importantes del país y llegó a ser considerada durante toda la década como la principal plaza comercial de la capital y de todo el país.

La localización de estos centros consideró la cercanía de un núcleo potencial de compradores de los estratos sociales altos y medios. En la tercera

fase de expansión comercial en la Ciudad de México, se presenta también un cambio en los parámetros de desarrollo urbano; porque los emergentes subcentros se desplazan hacia la periferia de las zonas residenciales, dándole así un impulso adicional a la expansión de la ciudad (Ramírez Kuri, P. 1994: 43-44).

En el periodo que va de 1988 a 1994 y en plena crisis se lleva a cabo un conjunto de proyectos entre los que destacan los siguientes: Lomas Plaza (1988), Centro Coyoacán (1989)<sup>1</sup> y Pabellón Polanco (1990), Interlomas y Perinorte. (1992). En 1993 se inauguran Galerías Insurgentes, Galerías Coapa -ambos proyectos de expansión de Liverpool-, y los centros comerciales Santa Fe y Centro Altavista. En 1994 entran en funcionamiento Power Center, y WTC Centro Comercial; y más recientemente las Plazas Loreto y Cuicuilco.

En la última década del siglo XX se presenta una competencia entre las plazas de la Ciudad de México por distinguirse, ya sea por el número, tipo y calidad de establecimientos, dimensiones, lujo y originalidad de sus instalaciones, o incluso por sus propuestas arquitectónicas. Ejemplo de esto son los casos de Loreto y Cuicuilco, construidas en antiguos edificios de fábricas papeleras porfirianas remodeladas. En este contexto de competencia se ubica el último gran proyecto del siglo XX, Mundo E. Éste en su diseño interior recurre a los patrones de hiperrealidad, incluyendo nubes ficticias en el techo y un establecimiento que simula un paisaje de selva tropical con animales “exóticos” de plástico (López Levi, L. Op. Cit: 103).

Como resultado de las transformaciones económicas, la ampliación del mercado interno, la expansión de las principales cadenas comerciales a escala nacional, el incremento de la población y las transformaciones espaciales de las principales ciudades de nuestro país; a partir de la década de los ochenta los

---

<sup>1</sup> Para mayor información sobre este establecimiento consultar Ramírez Kuri, P. (1993) Transformaciones espaciales y modernización urbana: la Ciudad de México y los macroproyectos comerciales “Centro Comercial Coyoacán (1989-1993).



centros comerciales se expanden a varias ciudades: Monterrey, (Plaza Fiesta San Agustín); Guadalajara (Plaza del Sol y Plaza Patria); Puebla, (Plaza Dorada y Plaza San Pedro); Aguascalientes, (Plaza Villa Asunción); Tijuana (Plaza Fiesta) y Mérida (Plaza Dorada, Plaza Fiesta y Gran Plaza), entre otras.

La expansión de las plazas comerciales está en estrecha relación con la pérdida de significación de los centros históricos como núcleos articuladores de la vida cultural y comercial de la ciudad. El casco colonial era el lugar de encuentro tradicional de todas las clases sociales de la población. La segregación social, la mudanza de los estratos altos y medios hacia nuevas zonas residenciales y la reorientación de los mismos hacia las nuevas plazas ha generado la creciente desvalorización de la plaza tradicional.

A través de la conexión entre compra y actividades de esparcimiento (cines, restaurantes, etc.), las plazas comerciales han adoptado las funciones de la plaza tradicional de los centros urbanos. Un porcentaje significativo de los visitantes lo hacen sólo con fines de esparcimiento, los usa como lugares de paseo o sitios de encuentro. Existe por tanto una estrecha relación entre la decadencia del centro histórico de la ciudad y el auge de los nuevos "*templos de consumo*" en su periferia. Esto permite observar algunas similitudes en las formas de utilizar los centros comercial en ciudades mexicanas y norteamericanas.

Con este breve antecedente de la plazas comerciales en nuestro país, tenemos elementos para abordar y entender el caso de dichos establecimientos en la ciudad de Mérida. Me propongo explicar a continuación la influencia que tienen en el funcionamiento de la estructura urbana, el uso de los espacios públicos y las prácticas urbanas de los pobladores.

#### **IV.4. Características y funcionamiento de las plazas comerciales de Mérida.**

PLAZA ORIENTE. Inaugurada en 1982, introduce el concepto de plaza comercial que vendría a modificar los esquemas comerciales, hábitos de consumo y algunas prácticas culturales asociadas al ocio y diversión de buena parte de los meridianos. Fue la primera plaza comercial integrada del sureste y se construyó con una inversión de 140 millones de pesos, cantidad importante si se ubica en el contexto de crisis económica que afectaba a México.

Se localiza en el Circuito Colonias, en sus cruzamientos con las calles 63 y avenida Quetzalcoalt, (Ver Cap. III, Distrito III.) Plaza de pequeñas dimensiones y de arquitectura modesta, constituyó un experimento de los empresarios yucatecos del grupo Chapur, propietarios de la cadena departamental más importante de la ciudad, para indagar las posibilidades de aceptación de este concepto entre los meridianos.

Con 14,500 metros cuadrados incluyendo el edificio de dos niveles (8,000 metros cuadrados) y la zona de estacionamiento (7,500 metros cuadrados), es hasta la fecha una de las plazas más modestas de Mérida. Inició su operación con poco menos de 20 locales comerciales<sup>2</sup> (DY, 15 de diciembre de 1995).

El edificio contó desde un principio con una “plaza pública” central de 4,000 metros cuadrados de superficie, destinada a festivales, desfiles de moda, exposiciones y promociones como clases de cocina. Con ello se trataba de cambiar el sistema tradicional de mercado, objetivo que se logró en menos de cinco años. Los propietarios, en entrevista publicada en la víspera de su inauguración, calculaban que acudirían alrededor de 7,000 personas diariamente a la plaza (DY, 18 de marzo de 1982).

---

<sup>2</sup> Incluían originalmente tiendas de regalos, de artículos religiosos, electrodomésticos, discos, ropa, calzado, muebles, artículos de piel, papelería, óptica, farmacia, pastelería, panadería, oficinas de la Comisión Federal de Electricidad, restaurantes, dos tiendas ancla y sucursal bancaria.

Dos importantes factores que contribuyeron a su éxito fueron el horario de servicio continuo de los comercios -de 9 de la mañana a 9 de la noche-, y la disponibilidad de 300 cajones para el estacionamiento de vehículos. Ambos influyeron en la reducción de los viajes de los pobladores de las colonias y fraccionamientos de ese distrito, hacia los establecimientos comerciales de la zona central que mantenía su preeminencia como principal foco de atracción.

Plaza Oriente constituyó una novedad. En sus inicios era visitada no sólo por los pobladores de las colonias colindantes, sino también por los de otras zonas de la ciudad. Sin embargo, por la escasa variedad de atracciones, y la construcción de otras plazas en Mérida, durante un tiempo permaneció en relativo estancamiento y su influencia se redujo a la zona oriental..

En 1989 Plaza Oriente contaba con 29 establecimientos y en 1999 fue ampliada a 38 locales y seis islas, ocupados al 100%; se instaló un área de juegos infantiles, locales de venta de ropa infantil y servicio de internet. A la ampliación se agregó la remodelación del edificio para hacerlo más atractivo (DY, 16 de agosto de 1999). Con ello incrementó el número de visitantes, aunque se carece de estadísticas para registrar la asistencia total, un indicador de ésta se observa en la cantidad de clientes del supermercado. Éste recibe 4,500 personas diariamente de lunes a viernes y 5,400 sábados, domingos y festivos (Ibíd). Si a éstos se agrega la gente que utiliza las tiendas restantes podría calcularse una afluencia cercana a los 8,000 usuarios diarios.

Esta plaza funcionó como detonador del comercio en un amplio sector del oriente de Mérida, motivando la instalación de diversos comercios y servicios en su derredor. Esto explica la reducción de los desplazamientos de los pobladores de esta parte de la ciudad hacia la zona central.

**PLAZA BUENAVISTA.** El 12 de noviembre del mismo año se inaugura Plaza Buenavista en la porción norteña de la ciudad, enclavada en una zona de colonias y fraccionamientos de mayor nivel socioeconómico. Localizada en la

confluencia del Circuito Colonias y la calle 60 norte (Ver Cap. II, Distrito I) la plaza se construyó junto al supermercado de la cadena Maz. Éste y la departamental Galerías fueron las 2 tiendas ancla, a éstas se sumaban 24 locales comerciales que ofrecían 18 giros diferentes.

Aunque un poco mayor que Plaza Oriente, el edificio de Buenavista no era muy grande, el área construida de las tiendas y el supermercado adjunto ocupaban 11,000 metros cuadrados, más 9,000 metros destinados a estacionamiento. Difería en cuanto a la calidad de los materiales utilizados y la variedad de comercios y servicios. Al dirigirse a un sector de mayores recursos económicos, Buenavista se preocupó por ofrecer 600 espacios para el estacionamiento de su clientela y brindar -según la prensa- instalaciones “amplias y atractivas”.

Ante la escasa oferta de centros comerciales y debido a su ubicación en la zona norte -recuérdese el carácter fuertemente segmentado entre norte y sur de la ciudad-, durante cerca de una década Buenavista tuvo un relativo éxito. Lo anterior se reflejó en el incremento de sus tiendas, en abril de 1994 contaba con 43 establecimientos, 18 más que los de su primera etapa y mayor diversificación. Sin embargo, por diversas razones como su emplazamiento en una zona de difícil acceso para el tránsito vehicular, estacionamiento reducido y la competencia de las nuevas plazas, Buenavista decayó paulatinamente hasta cerrar la mayoría de sus locales en 1997. El edificio fue adaptado para oficinas públicas.

**PLAZA FIESTA.** Se localiza al nororiente de la ciudad, en la unión de las colonias Díaz Ordaz y México Oriente, en una zona que en su mayoría incluye colonias y fraccionamientos residenciales de pobladores de ingresos medio altos y altos (ver Cap. II, Distrito II.) Al igual que las anteriores fue construida por el grupo Chapur e inició actividades el 30 de noviembre de 1988 con 100 tiendas, siete años después tenía 105 y en 1999 aumentó sus establecimientos a 120.

Originalmente incluía tres tiendas ancla; Super Maz, Galerías, y la departamental Martha; área de restaurantes con 10 locales, comedor para 300 personas y 100 tiendas incluyendo un espacio para juegos infantiles. Cuenta con aire acondicionado, música ambiental y estacionamiento con capacidad para 800 vehículos que en caso necesario puede dar cabida hasta 200 más. Actualmente ocupa una superficie total de 35 mil metros cuadrados -13,500 metros del edificio cerrado de una sola planta y 21,500 del área de estacionamiento- (DY, 30 de julio de 1998).

Por su número de comercios y la variedad de artículos que ofrecían, sus promotores -con no poca modestia- calificaban a la plaza como “*el nuevo corazón del distrito comercial de Mérida, que equivalía a abrir una sucursal del primer cuadro de Mérida*” (DY, 26 de noviembre de 1988)<sup>3</sup>.

Después de su remodelación de 1998 la plaza cuenta ahora con 122 locales que incluyen los siguientes giros: 20 tiendas de ropa para damas caballeros y niños, 4 de telas y mercería y corsetería, 8 zapaterías, 6 tiendas de artículos electrónicos y electrodomésticos, 9 joyerías y relojerías, 1 de artículos para caballeros, 2 establecimientos de videojuegos, 2 de artículos deportivos, 3 de importaciones, 3 peluquerías, 3 librerías y papelerías, 3 ópticas, 2 tiendas de muebles y decoración, 4 de regalos, 4 jugueterías; 5 bancos y 1 casa de cambio.

Cuenta también con oficina de la CFE, panadería, tabaquería, tienda de artículos para costura, 10 restaurantes, 2 perfumerías, 2 establecimientos de fotografía, 1 de productos naturales, 1 cristalería, 1 oficina del Diario de Yucatán, 1 florería, 1 sala de belleza, 1 cerrajería, 4 locales de dulces, helados y pasteles. Completan el conjunto 1 establecimiento de telefonía celular, 1 de artículos de ballet, 4 de discos y cassettes, 4 de bisutería, 1 tienda de bolsas para

---

<sup>3</sup> No interesa aquí verificar si esto era verdad o un discurso exagerado de los promotores. Lo que importa es resaltar la idea que a través de la prensa se trataba de proyectar entre los lectores y futuros clientes del centro comercial que, como veremos más adelante, influiría profundamente en sus imaginarios urbanos relacionados con la comodidad, funcionalidad y seguridad de estos lugares.

dama, 1 salón de fiestas de la transnacional Burguer King y las tiendas ancla San Francisco Telas y Super Maz.

La variedad de tiendas y servicios a la que se suma la oferta de entretenimiento para niños y adultos hacen que esta plaza tenga una gran cantidad de clientes. Recibía en 1999 un promedio de 7,000 personas diariamente los lunes y martes, de 9,000 a 10,000 de miércoles a viernes y de 18,00 a 25,000 los sábados, domingos y días festivos (Entrevista al gerente general, enero de 2000).

Como hemos visto el grupo Chapur<sup>4</sup> fue el promotor de la introducción del concepto de plazas comerciales en Mérida, que llevó a cabo en forma paulatina y precavida, sin asociarse con capitales nacionales o foráneos. Por ello las primeras plazas son de dimensiones modestas, constituían áreas cerradas que albergaban sucursales de las tiendas y negocios que operaban en la zona central de la ciudad. Con excepción de Plaza Fiesta, las otras ofrecían escasa oferta en cuanto a servicios de diversión y entretenimiento y ninguna contaba con cines. Esta limitación se intentaba subsanar con un amplio programa de actividades culturales que incluía la presentación de artistas locales y nacionales, exposiciones de pintura, festivales infantiles, concursos de disfraces, etc.

El panorama de las plazas meridianas cambiaría en la década siguiente, pero para ello fue necesaria la conjugación de varias condiciones: la apertura de la economía local que, como resultado de la globalización, no pudo impedir el ingreso de cadenas nacionales y extranjeras; el crecimiento demográfico experimentado por la ciudad que señalé en el capítulo II y la maduración del proceso de modificación del comportamiento económico de los consumidores. La presencia combinada de estas condiciones permitió la apertura de grandes plazas comerciales con superficies superiores a los 50 mil metros cuadrados, con

---

<sup>4</sup> Integrado por empresarios yucatecos de origen sirio libanés, propietarios de una cadena de supermercados y tiendas departamentales en la zona central de Mérida.

amplia diversidad de locales y de servicios destinados al esparcimiento como las que presento continuación.

LA GRAN PLAZA MERIDA. Inaugurada en junio de 1994 constituye un hito en cuanto a instalaciones comerciales de la ciudad<sup>5</sup>. Se localiza en la calle diagonal 50 No. 460 del Fraccionamiento Gonzalo Guerrero, al que se accede por dos importantes vialidades: la prolongación del Paseo de Montejo y la calle 60 norte. Ésta es en una de las zonas más exclusivas y de mayor plusvalía de la ciudad, conformada por colonias y fraccionamientos de sectores altos que corresponden al sector 1, descrito en el capítulo II.

Por sus dimensiones la plaza ocupa el primer lugar en tamaño en Mérida, en incluso en el ámbito peninsular. Considerando todas las instalaciones ocupa más de 86,000 metros cuadrados, de los cuales 50,000 corresponden al edificio cubierto de dos niveles y 36,000 están destinados a tres zonas de estacionamiento (Entrevista al gerente general, febrero de 2000).

Las tiendas ancla Sears y Comercial Mexicana ocupan un área de ventas de 7,000 metros cuadrados cada una. En su momento, de acuerdo con sus promotores, ocupó el sexto lugar en la República en cuanto a magnitud y calidad, sólo superada por Santa Fe y Perisur y otras plazas comerciales de Monterrey Guadalajara (DY 10 de abril de 1994).

Prueba del éxito comercial de la plaza es el crecimiento de los establecimientos; inició sus actividades con 100 locales y 10 islas, (DY 10 de abril de 1994), en 1998 ya tenía 160, que aumentaron a 165 y para octubre de 1999 albergaba 189 locales de diferentes dimensiones (DY 15 de octubre de 1999).

De acuerdo a los últimos reportes de la administración (marzo de 1999) los principales giros que incluye Gran Plaza actualmente son los siguientes: 48

---

<sup>5</sup> Construida por los empresarios yucatecos Evia Góngora, Molina Castellanos y Mario Casares G. Cantón.

ofrecen ropa para hombres, mujeres, jóvenes y niños; 6 brindan servicios bancarios, de seguros y bienes raíces; 3 tiendas de artículos de audio y video; 15 de decoración, artesanías y regalos, 21 ofrecen alimentos incluyendo *fast food*, helados, galletas, dulces y postres.

Cuenta con 2 ópticas, 3 negocios de telefonía celular, 5 corseterías y lencerías, 10 tiendas de calzado de vestir y deportivo, 3 papelerías y librerías, 4 establecimientos de fotografía y revelado 2 de artículos deportivos, 6 dedicados a diversiones, juegos y videojuegos, 3 a la venta de discos, 3 tiendas de cosméticos, 5 estéticas, 2 de mascotas, 7 joyerías y relojerías.

Incluye 1 agencia de viajes, 4 tiendas de importaciones, 3 tiendas de revistas, 2 mueblerías, una cafetería, 1 tabaquería, 1 de servicios de heráldica, 1 de bordados de logos en ropa y gorras, 1 tienda de lámparas, 2 de productos naturistas, 1 de equipo de cómputo, 1 de servicio de internet, 1 juguetería, 1 de tarjetas para eventos sociales, 1 local de artículos para corte y confección, 1 de sistemas de seguridad, 1 expendio de café, 1 de artículos para fiestas y otros más de giros diversos.

Entre otros servicios incluye módulos para el pago de electricidad y para realizar trámites de solicitud y cambio de licencias para conducir<sup>6</sup>. Uno de los servicios que caracterizan a esta plaza es la guardería infantil, donde se puede contratar la atención y cuidado de niños por hora. Esta guardería cuenta con personal entrenado para alimentar a niños pequeños y según el administrador resulta adecuada para aquellos que desean acudir al cine y no tienen con quien dejarlos.

A diferencia de las plazas ya mencionadas, cuyos establecimientos son mayoritariamente de cadenas locales, la Gran Plaza dispone de mayor cantidad de franquicias nacionales y extranjeras, incluyendo sus dos tiendas ancla, Sears y Comercial Mexicana. Entre sus principales atracciones destacan las seis salas

---

<sup>6</sup> Este servicio funciona en la zona del estacionamiento en virtud de un acuerdo de la administración de la plaza con la Secretaría de Protección y Vialidad de Yucatán.



de cine con capacidad de 300 personas cada una, que en total dan cabida a 1800 personas. Su área de restaurantes incluye más de una docena de establecimientos diferentes que incluyen comida mexicana libanesa, china, criolla (de Nuevo Orleans), japonesa, etc. La zona de comedor tiene espacio para 500 comensales.

La plaza tiene tres áreas de estacionamiento, una cubierta de dos niveles y dos descubiertas: una que rodea el edificio y otra anexa en su costado norte. En conjunto pueden recibir 1,800 automóviles. Con todo, el estacionamiento la mayor parte del tiempo resulta insuficiente (Entrevista al gerente).

Respecto a la calidad de las instalaciones la Gran Plaza destaca por las características de su edificio, bastante amplio y completamente climatizado, es el único de Mérida que tiene dos niveles. Cuenta con cuatro escaleras eléctricas - dos en el interior de Sears y dos para uso de todos los clientes-, tres ascensores, uno en Sears, otro en Comercial Mexicana y el tercero de tipo panorámico para los clientes de los demás establecimientos.

Por otro lado, aunque esta plaza tiene una cantidad similar de negocios que Plaza Dorada, los espacios de sus tiendas son más amplios y cómodos que los de la segunda y al estar dirigida a clientes de mayor nivel socioeconómico sus aparadores ofrecen productos más exclusivos y novedosos. Un elemento central de este centro comercial es el relacionado con el diseño de sus espacios en busca de una imagen de lujo y exclusividad, que se expresa claramente en el discurso publicitario que utiliza. De acuerdo a la prensa local:

*“La Gran Plaza seduce por su arquitectura ecléctica y atractiva que enfatiza la iluminación natural y el empleo de materiales más lujosos y modernistas que los de las otras plazas. En su diseño se expresa la intención de crear un ambiente agradable, a través de amplios espacios con elementos decorativos naturales y de colores claros, se buscó que estos tonos dieran la sensación de frescura. Columnas, barandales y pasamanos con estrellas de bronce y más de 200 maceteros con plantas naturales se integran visualmente a los locales comerciales” (DY, 2 de junio de 1994).*

Dicho discurso enfatiza también la funcionalidad del establecimiento, señalando las características de comodidad y condiciones ambientales:

*“Estratégicamente ubicadas dentro del esquema de corredor comercial están las “plazas públicas”, espacios que funcionan como oasis de luz, agua y vegetación que invitan a contemplarlas, al reposo y convivencia. Dos de estas plazas tienen como remate tiendas ancla coronadas con domos decorativos de material transparente que permiten la visibilidad del cielo y el acceso de luz natural. La ambientación de estas áreas incluye vegetación natural de especies de la región: crotos, palmas reales y ficus; fuentes y espejos de agua, así como mobiliario funcional y estético” (Ibíd).*

Como se puede ver a través de los discursos publicados en la prensa local, sus propietarios proyectan un conjunto de imágenes particulares sobre los centros comerciales. Dichos mensajes buscan la construcción social de imaginarios urbanos presentando los establecimientos como lugares atractivos, funcionales, cosmopolitas, modernos, elegantes y exclusivos.

Gran Plaza presentó en 1999 un crecimiento del 20% en el número de locales, en comparación con 1998. A pesar de la competencia de la tienda Liverpool, mantuvo su posición en el mercado meridano recibiendo la visita de 20,000 personas de lunes a viernes y 30,000 los fines de semana (DY, 1 de diciembre de 1999).

La influencia de la Gran Plaza en la modificación de una amplia zona de la ciudad es indudable. Como expliqué el Distrito I -ver Capítulo II-, es el mejor equipado en cuanto a servicios urbanos e infraestructura comercial. Esta situación es previa a la instalación del centro comercial, pero no cabe duda que éste vino a reforzar la tendencia exclusivista de todo el distrito<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> La construcción de Gran Plaza se reflejó en el incremento de los precios de los terrenos de la zona que fueron demandados para restaurantes de lujo de franquicias extranjeras, bares y centros nocturnos, agencias de venta de automóviles, oficinas bancarias, hipermercados, etc. Incluso la Unidad Habitacional “Revolución”, destinada a familias de obreros, se benefició de

#### IV. 5. La zona de estudio: “Plaza Dorada”.

Con 55,000 metros cuadrados, -35,000 del edificio cubierto y 20,000 destinados al estacionamiento que puede recibir 900 automóviles-, ocupa el segundo lugar por sus dimensiones entre los centros comerciales de Mérida. Tiene una planta de 1500 empleados, incluyendo los del área administrativa, dependientes de todos los comercios, personal de intendencia, mantenimiento, seguridad y limpieza.

Se localiza en la calle 50 número 143 entre las calles 15 y 19 del Fracc. Hidalgo, del Distrito VII. Cuenta con siete puertas de acceso, pasillos interiores y aire acondicionado en todo el establecimiento. El diseño de esta plaza<sup>8</sup>, aunque funcional no es suntuoso y comparado con los estilos arquitectónicos más recientes resulta un poco desfasado. Su característica principal es la amplitud de espacios y áreas públicas para actividades culturales.

De acuerdo con su gerente general, la plaza funciona –en cierta forma– como “*centro de reunión comunitario de las 37,000 familias que viven a su alrededor*”. Por su ubicación en el Distrito VII Plaza Dorada está enfocada a la clase media y a la parte poniente de la ciudad, aunque también recibe clientes de Campeche, Tizimín, Valladolid, Progreso, Cancún, etc.<sup>9</sup>

Construida por el grupo Chapur, Plaza Dorada abrió sus puertas el 6 de noviembre de 1991 y ha tenido dos ampliaciones que han incrementado el número de tiendas y servicios. Inició sus operaciones con 139 locales y ahora tiene cerca de 190, lo que significa un crecimiento comercial del 68% en ocho años. Sus tiendas carecen de la exclusividad y el lujo de las de Gran Plaza, pero

---

la revaloración de los precios de las viviendas debido a su vecindad con *Gran Plaza* y *Liverpool*.

<sup>8</sup> Realizada por el arquitecto yucateco Augusto Quijano Axle, recibió un reconocimiento en la categoría de instalaciones comerciales en la Bienal Nacional de Arquitectura.

<sup>9</sup> La comunicación de la Plaza con el resto de la ciudad es bastante buena. Llegan cinco líneas de autobuses y 2 de combis y desde 1997 tiene servicio de tricitaxis -taxis ecológicos- que ha tenido mucho éxito.

la variedad de 46 giros diferentes y su cantidad de locales la hacen una de las más completa de la ciudad.

Actualmente todos los locales de la plaza funcionan con tiendas reconocidas lo cual permite buena afluencia de visitantes. Entre sus atractivos principales destaca la oferta de entretenimiento y diversión que incluye cines, establecimientos con juegos mecánicos y videojuegos, el área de alimentos con 120 mesas y capacidad para 500 personas. Además, todas las quincenas la plaza presenta espectáculos gratuitos con payasos, magos, grupos musicales, exhibiciones de bailes folclóricos, jazz o danza moderna, entre otros.

En 1998 se efectuaron obras de remodelación que incluyeron la construcción de un techo exterior en forma semicircular que sirve de foro para eventos y festivales. Con este espacio la plaza ha institucionalizado las veladas culturales que ofrece en forma gratuita todos los viernes a partir de las siete de la noche. De acuerdo con la información proporcionada por el gerente a estos eventos, *“que ya se han vuelto tradicionales”*, acude un buen número de personas que oscila entre 500 y 800.

Todo lo anterior se refleja en la influencia que ejerce al convocar a gran cantidad de meridianos. Según las estadísticas realizadas por la propia empresa de lunes a jueves acuden al inmueble 20,000 personas durante todo el día; los viernes aumenta el número a 25,000, los sábados a 30,000 y los domingos y días festivos se incrementa hasta 35,000 o 40,000 por día.

Una de las características de esta plaza es la existencia, en la planta alta de la segunda etapa, de un amplio salón de 1600 metros cuadrados, con aire acondicionado, iluminación, sanitarios para damas y caballeros, que funciona como un pequeño centro de convenciones y puede recibir a más de 1,000 personas. Es la única plaza en Mérida con estas instalaciones donde se han realizado varias exposiciones: Expopublicidad, Expomoda, Expo de Tony Directo, Expo de Casa Autrey, Kihuic Turístico Internacional Mundo Maya y la

Expo Nené, entre otras; así como fiestas de empresas, organizaciones religiosas y convenciones de partidos políticos.

Las Plazas Comerciales, según sus promotores, benefician a la población al ofrecer todo en un mismo sitio, sin tener que desplazarse grandes distancias al centro u otros sitios. Antes de la apertura de Plaza Dorada los vecinos del sector poniente tenían que realizar sus compras en el centro o en Plaza Oriente o Fiesta.

La distribución y diferentes tipos de giros comerciales de Plaza Dorada se pueden apreciar en el plano que presento a continuación. Anexo también copia de la información utilizada por sus propietarios para promover el establecimiento. Ambos materiales fueron proporcionados por el Sr. Guillermo García, gerente del establecimiento.

Pronet (13)

**ARTICULOS RELIGIOSOS**

La Sagrada Familia (136)

**ANUNCIOS Y SUSCRIPCIONES**

Diario de Yucatán (142)

**ARTICULOS DEPORTIVOS**

El Caballo de Hierro (61)

Sporttenis (91)

Miami Vica (174)

Mundo Deportivo (C)

**BANCOS**

Serfin (73)

Bitá (103 y 104)

Bancrocer (109, 110 y 111)

Banco del Sureste (en Súper Maz)

Banamax (D-1)

**BISUTERIA Y REGALOS**

Patty (6)

Kika fantasía (34)

Etc. Boutique (88)

Gitana (63)

**BOUTIQUES FAMILIARES**

Nortus (4 y 35)

Novelty (7 y 36)

Casa Ivette (9)

Tohui (19)

Bugambilias Boutique (32)

Caruso (48 y 80)

Mujer Bonita (50)

Las Tres Hermanas (50-A)

Scarlett Boutique (51)

El Vesubio (52)

Yazbek (55)

Eva Internacional (65, 66 y 87)

G. Candila (69 y 70)

Darcette Boutique (75)

Héctor Boutique (79)

Creaciones San Carlos (82)

Sisters (84 y 85)

Solid and Gold (87)

Picolina (115)

Andros (116)

Corsetería Paraza (117)

Primo Emporio by

Giorgio Ruffo (121)

Kikiditos Ropa Casual (124)

Paccha Ropa de playa (125 y 126)

Marjus (127 y 128)

Moda Atrevida (135)

Expresiones (151)

Extasis (152)

Rams Cottons (172)

Mamá y Bebé (175)

Paras y Nones (178)

Facca, Ropa de playa (179)

**BOLSAS Y PORTAFOLIOS**

Bolsamanía (171)

Mildred (147)

**CERRAJERIA**

Open Plus Carro (2)

**CINEMAS**

Multicinas de la Organización

Ramírez, tres salas (E)

**COCINAS INTEGRALES**

Cocinas Palma (59)

Todo P.V.C. Decorativo (120)

**COMPUTADORAS**

Cyberspace Café (170)

**COSMETICOS**

American Cosmetics (60)

J.S.A. Beauty Supplies (86)

Cosméticos y Novedades Doly (176)

**DISCOS Y CASSETTES MUSICALES**

Ritmo Musical (20)

Rocketeñas (71-A)

Disco Baby (145)

**DULCERIAS, PANADERIAS Y PASTERIAS**

Arias (23)

El Retorno (30)

Dulcías (119)

Coloso (144)

La Pastelería (isla 9)

**DECORACION Y ARTE**

Dec Decoración (112 y 113)

Florería Rydsa (146)

Nehab Arte y Decoración (150)

**ESTETICAS**

Fascinación (33)

Winnia Puh (53)

Globos (96)

Garabatos (132)

Academia de belleza Ruth (178)

**FOTOGRAFIA ELECTRONICA**

Electrópolis (17)

Magicolor (77)

Omega (92)

La Curacao (100, 101 y 102)

Unifoto (105 y 106)

Estudio Espinosa Alcalá (138 y 141)

**FARMACIA**

Farmacías Yza (1)

**HELADOS**

Mr. Mix Helados (57)

Sorbetería Colón (118)

**IMPORTACIONES**

Gatt Importaciones (83)

El Paso Importaciones (154)

**ILUMINACIONES Y LAMPARAS**

Lighting Center (97)

**ISLAS Y CARROS**

Arias (isla 1)

Blanco y negro (isla 2)

Isla Cancún (3)

**JUGUETERIAS**

American Toys (16)

Juguetería Kidco (72)

Sayun Nintando (74)

**JOYERIAS Y RELOJERIAS**

Joyería del Mercado (10 y 11)

Victor (15 y 89)

Joyería O'Pinzón (21)

Silver Moon (62-A)

Sosa (96 y 99)

Platería Taxco (139)

Joyería D' Beatrice (140)

Palacio (155)

El Ray Mides (163)

Artejoya, Platería (isla 22)

**LINEAS AEREAS**

Taesa (133)

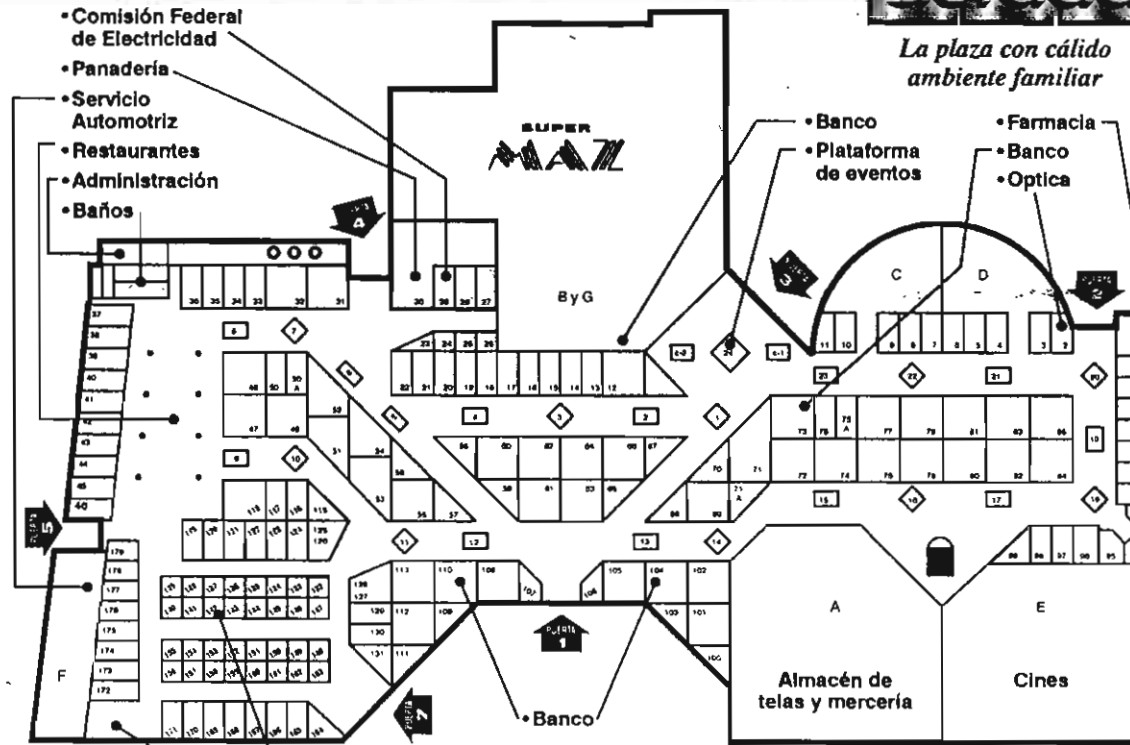
**MUEBLES**

Konfort Colchones (165)

**¿Desea incrementar sus ventas?**

Entonces le invitamos a integrarse a Plaza Dorada, el centro comercial más grande e importante del poniente de Merida, el cual ya tiene 175 tiendas de prestigio que cubren 45 giros diferentes.

Informes en la Administración Tel. 87-13-60 y Fax 87-13-59



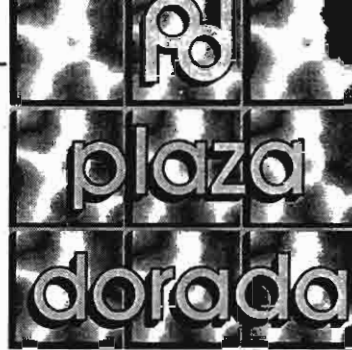
Local para eventos (2ª planta) Tel. 87-13-60



La plaza con cálido ambiente familiar

# DE COMPRAS

No lo piense más y venga al mejor  
centro comercial de Mérida



La plaza con cálido  
ambiente familiar



Que cuenta con 180 tiendas de prestigio,  
con 45 giros diferentes, en las que usted  
encontrará todo lo que necesita a precios muy accesibles.

Plaza Dorada es un oasis de sano esparcimiento y diversión  
para toda la familia. Venga y disfrute de películas de estreno  
en sus tres cines y diviértase con los juegos infantiles.

En Plaza Dorada encontrará 10 excelentes restaurantes, en  
donde podrá paladear exquisitos platillos, desde la cocina  
mexicana hasta la cocina china.

¿Por qué pagar más? Mejor venga a Plaza Dorada y se  
llevará muy agradables sorpresas.



## Centro de Convenciones de Plaza Dorada

Está a su disposición para eventos sociales, exposiciones, conferencias, congresos, fiestas, etc.  
Cuenta con 1,600 metros cuadrados de superficie, aire acondicionado, iluminación, sonitarios grandes,  
borra de servicio y amplio estacionamiento.

Entrado por los 7 puertos de Plaza Dorada y la que queda más cerca es la puerta número 6.  
Informes y reservaciones en el teléfono 87-13-60

 plaza dorada  
La plaza con cálido ambiente familiar

Administración Plaza Dorada, A.C.  
Calle 50 Num. 143 por 15 y 19  
Fracc. Hidalgo, Mérida Yucatán  
C.P. 97220 Tel. 87-13-60 y Fax 87-13-59

#### **IV.6. Etnografía de las Plazas Meridanas: Prácticas y Representaciones Sociales.**

Considero que las plazas comerciales son transformadoras del espacio urbano. Ejercen atracción sobre miles de pobladores que motivan desplazamientos intra e interurbanos e influyen en el desuso de ciertos sectores de la ciudad, en beneficio de los nuevos espacios donde se localizan. Pero más allá de esto fomentan un tipo de consumo que incluye nuevas prácticas socioculturales. Enmarcadas en una fase de capitalismo cada vez más globalizado y desterritorializado, éstas se caracterizan por un movimiento bidireccional, por una parte, la tendencia a la homogenización de la cultura, pero también están influidas por el contexto regional y las tradiciones urbanas locales que son refuncionalizadas e integradas a la lógica mercantil. La homogenización del consumo nunca se presenta en forma absoluta, funciona más bien como una tendencia dominante e irreversible, pero matizada (Fuentes Gómez J. y M. Rosado Lugo: 2001: 46-47).

En Mérida las plazas aún no han homogeneizado las prácticas de consumo de los pobladores, en gran medida esto obedece a su ubicación y al sector al que se dirigen<sup>10</sup>. Si se observa el plano de la ciudad -incluido en el capítulo II- puede apreciarse que el conjunto de vialidades integrado por las avenidas Hidalgo, Colón, Pérez Ponce y Alemán; funciona como frontera que traza los límites en dirección suroeste, sur y sureste, respectivamente para la localización de las principales plazas. Este eje delimita un polígono que coincide con los distritos I y VII, que incluyen a la población de mayores recursos económicos.

Esta disposición no es accidental; expresa en forma territorial la segmentación de la población meridana de acuerdo a sus niveles socioeconómicos y la distribución desigual de la infraestructura urbana. La localización de los centros comerciales obedece a criterios de búsqueda de la

---

<sup>10</sup> Exceptuando Plaza Oriente la mayoría se ubica en el noroeste y noreste de la ciudad.



viabilidad comercial, considerando el mercado potencial a escala local, urbana y regional.

Gran parte de los empresarios locales considera que las plazas han descentralizado la actividad comercial en la ciudad. Las autoridades de las últimas administraciones municipales coinciden con ellos y las consideran “*ejes de la constitución de subcentros urbanos*” en los planes de ordenamiento urbano. Esto, sin embargo, dista mucho de haberse logrado, las plazas comerciales no cumplen la función de descentralizar la actividad económica y ofrecer alternativas para la población en general, sino sólo para ciertos sectores de la clase media en adelante.

Con todo, reconozco que la infraestructura comercial de las cuatro plazas más grandes e importantes ofrece cientos de establecimientos dedicados a múltiples giros comerciales y de servicios; pero al enfocarse en forma reiterativa a ciertos productos<sup>11</sup>, no consideran bienes o servicios importantes como: ferreterías, talleres de reparación de artículos y, en general, cuestiones relacionadas con el trabajo masculino.

El diseño arquitectónico de las plazas de Mérida incluye elementos similares a los de otros lugares: la disposición de las áreas para exposición y venta, los pasillos para el desplazamiento de los usuarios, el mobiliario, “las áreas públicas” que sirven como lugares de reunión, descanso o presentación de eventos culturales. La decoración y disposición de los productos –incluyendo la parafernalia publicitaria- de varias de las tiendas no difieren mucho de los de otras partes del país y del extranjero, debido a que ofrecen las mercancías de compañías transnacionales.

Por otro lado, determinados productos o servicios de la cultura local -de sectores urbanos de clase media y alta- a través de su expresión mercantilizada,

---

<sup>11</sup> Por la composición de los establecimientos se puede afirmar que se enfatiza en la oferta relacionada con el vestido -ropa, calzado, joyerías, regalos, tiendas de telas, mercerías, etc.- dirigida principalmente a los clientes jóvenes.

otorgan un sello particular a las plazas meridanas. Las posibilidades de circulación de lo local se ilustran con claridad en dos ejemplos que resultan de singular interés por sus implicaciones en la forma de usar la plaza comercial y la ciudad en general.

“El Colón”, establecimiento afamado por sus dulces y helados de frutas tropicales, inició su servicio en 1907 en los portales de la Casa del Alguacil, frente al principal espacio público de Mérida: la Plaza Principal. Desde ahí los parroquianos disfrutaban sus helados y, al mismo tiempo, apreciaban el espectáculo de la plaza pública. Sus productos con el tiempo han llegado a ser considerados “tradicionales”, al grado de que presidentes de la República e importantes personalidades han visitado el lugar; además de buen número de turistas y meridianos.

El Colón abrió sucursales en las plazas comerciales para atender a su clientela de las colonias norteñas y ahora compite exitosamente con establecimientos de cadenas nacionales y extranjeras. De esta manera, el consumo de un producto que antes motivaba ir a la Plaza Principal puede darse sin desplazarse a ella. Además de acercarse a sus clientes, las sucursales de las plazas comerciales cuentan con aire acondicionado, son más atractivas y tienen estacionamiento; ventajas que no hay en local de la Plaza Principal. Esta situación muestra las posibilidades de integración de una mercancía “tradicional” en un conjunto moderno<sup>12</sup>. Todo ello contribuye a conformar una imagen en el consumidor del producto asociada a las ventajas de adquirirlo en la plaza comercial, con implicaciones en el uso del espacio urbano que se presenta en forma cada vez más fragmentada.

---

<sup>12</sup> Un reportaje de cuarta página -publicado con motivo del 5º Aniversario de la Gran Plaza- describía la historia y características de la Heladería Colón, enfatizando las ventajas de “*poder disfrutar de los sabores y tradiciones de Yucatán en la Plaza*” (DY, 2 de junio de 1999).

Otro ejemplo se observa en el caso del teatro regional de revista, Mérida tiene una tradición en cuanto a este tipo de manifestaciones que se realizan desde hace más de medio siglo. La familia Herrera desde hace varios años se presenta en un local cercano a la Plaza Principal con mucho éxito. Muchas de sus obras retoman elementos de las telenovelas de las cadenas nacionales que representan en forma de parodia, incluyendo elementos de la política nacional y local. En varias ocasiones la compañía de teatro ha trasladado temporalmente “Las Tandas de Cholo”, al local de convenciones de Plaza Dorada.

Para el público que acude al teatro de Plaza Dorada operan en forma similar los factores explicados como ventajas en el caso de los helados. La plaza aparece como un soporte que en su propósito de convocar mayor cantidad de personas incluye propuestas de esparcimiento de amplia aceptación entre los meridianos. Con ello no se afirma que la administración de la plaza comercial haya planeado, en forma estratégica, la inclusión de este espectáculo, sino de que lo considera adecuado para su propuesta comercial (Ibíd: 47).

Además del ingreso que obtienen los propietarios por arrendamiento del local, la plaza comercial se beneficia de la afluencia de personas que acuden al teatro, clientes potenciales que pueden cenar en sus restaurantes. Al mismo tiempo, esta práctica urbana posibilita la conformación de una imagen positiva del centro comercial, asociada a las tradiciones urbanas, que al quedar en la memoria colectiva puede contribuir a evocar el lugar como sitio de recuerdos.

Por otro lado, es frecuente que las plazas meridanas ofrezcan la mayor cantidad posible de amenidades y espectáculos para atraer clientes. No hay un sólo mes que no incluya eventos gratuitos ampliamente difundido a través de los principales medios de comunicación<sup>13</sup>. Hay ocasiones y temporadas más

---

<sup>13</sup> En un periodo de 36 meses Gran Plaza aseguraba haber realizado 250 actividades entre exposiciones, desfiles de moda, presentación de afamados futbolistas, concursos de dibujo, etc. Un promedio de cerca de 7 actividades por mes (DY, Suplemento comercial del 2 de junio de 1997).

propicias para ellos, así en febrero con motivo del carnaval se realizan concursos de disfraces; en marzo concursos para seleccionar a la *niña primavera*; en abril el *día del niño*<sup>14</sup>; festivales para la madre y el maestro en mayo; en junio para el padre y desfiles de moda veraniega en julio y agosto. En septiembre se celebran las fiestas mexicanas y se realizan concursos de disfraces para los *Días de Muertos* en octubre y noviembre. La temporada navideña incluye la mayor cantidad de eventos, festivales y espectáculos, además de una profusa decoración *ad hoc*.

Por si no fuera suficiente la administración de las plazas organiza actividades culturales continuas a lo largo del año. Ante la ausencia de días especiales para celebrar, se programan eventos artísticos los días de quincena: desfiles de modas, presentación de artistas locales, grupos de baile folclórico, coros, mariachis, trova yucateca, conjuntos tropicales, cómicos regionales, imitadores, concursos de belleza, grupos de rock, etc. Sin olvidar las fechas de aniversario de cada plaza, celebradas con eventos para toda la familia y "*fabulosas ofertas*". Para realizar sus eventos las plazas se apoyan en instituciones y agentes diversos. Así en coordinación con grandes compañías disqueras, hoteleras, líneas aéreas, tiendas de ropa, y los condóminos del establecimiento, han presentado artistas nacionales para promoverse en sus instalaciones<sup>15</sup>.

Aunque la mayor parte de los eventos están enfocados a los jóvenes, algunas plazas incluyen actividades para pobladores de edad avanzada. Plaza Dorada, consciente de la presencia de un amplio sector de gente mayor -

---

<sup>14</sup> Según la información periodística el festival del Día del Niño de 1999 de Plaza Dorada convocó a más de 20,000 personas a lo largo de 10 horas, el programa incluyó espectáculos con los personajes de las principales series animadas de la televisión -Aventuras en Pañales, Looney Toons, Barney, Plaza Sésamo, Dragón Ball-, así como magos, payasos, ventrílocuos, títeres, cantantes, etc.

retirados o jubilados-, en los alrededores, puso en marcha, en 1999 el programa “Veladas Culturales de Plaza Dorada”. Éste ofrece actividades artísticas todos los viernes a partir de las 7:30 de la noche y se realiza en una plataforma construida exprofeso para ello. El programa está inspirado en las serenatas y bailes del recuerdo organizados por la Comuna desde hace varios en los parques públicos de Santa Lucía o Santiago, del Centro Histórico. “*Busca fomentar la música y el folclore yucatecos con artistas locales, ofreciendo una alternativa cultural a la población, sin que ésta se desplace al centro de la ciudad*” (Entrevista con el gerente).

La Plaza ofreció este escenario a la Dirección de Cultura del Ayuntamiento que lo aceptó, comprometiéndose a llevar a los artistas que presenta en sus eventos. La plaza sufraga los gastos de transportación, publicidad, organización logística y el pago de los artistas; el Ayuntamiento, elabora el programa artístico que presenta el animador oficial. Al hacerlo en convenio la plaza se ahorra el 50% de sus costos, de esta forma ha podido presentar grupos de mayor calidad artística<sup>16</sup>.

También los deportes se presentan como espectáculo, ofreciendo exhibiciones de aeróbicos, gimnasia rítmica, karate; actividades poco conocidos en Yucatán como la *capoeria* -de origen brasileño que combina artes marciales con destreza y danza-, esgrima, *rappel* -escalar paredes de 10 metros de altura-. Sin olvidar los torneos de baloncesto en sus estacionamientos y la instalación de pantallas gigantes del *Jumbotron* de Cigarros Montana que proyectan videos<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> En los tres últimos años, Gran Plaza presentó en forma gratuita para sus clientes al grupo juvenil Twist del sello Azteca Music, a la baladista Irán Castillo y al pianista Giovanni, entre otros.

<sup>16</sup> Aunque no en la misma proporción y sin convenio institucionalizado, Gran Plaza y Plaza Fiesta llevan a cabo eventos en forma coordinada con el Instituto de Cultura de Yucatán y con el Ayuntamiento de Mérida para poder ofrecer espectáculos culturales.

<sup>17</sup> Un caso particular de la atracción de los centros comerciales fue la ubicación frente a la Gran Plaza de la grúa de salto *bungy*, deporte de alto riesgo que consiste en saltar desde una plataforma de más de 15 metros sostenidos por unas ligas en los tobillos.

Gran Plaza, por su parte, ha ofrecido exposiciones pictóricas de artistas locales y foráneos. Con el apoyo de la embajada francesa presentó la colección de reproducciones de pintores impresionistas del Museo de Orsay, fue sede de exposiciones de filatelia y aviación, promovidas por el SEPOMEX y Mexicana de Aviación, respectivamente; del fotógrafo brasileño Carlos Fryere, del francés Lin de Pierre y de carteles de la Escuela de Diseño de la Unimayab, entre otros.

Dorada no se queda atrás en exhibiciones pictóricas, en 1999 dio cabida a tres exposiciones de pintores locales y como atractivo adicional alojó durante varios meses a un dibujante y caligrafista coreano quien ofrecía “*escribirle su nombre en caracteres chinos con la técnica ancestral*”(DY, 4 de junio de 1998).

La influencia de las plazas entre la población es tan fuerte que las instituciones culturales las consideran para promover sus colecciones arqueológicas. En julio de 1996 el Centro Regional Yucatán del INAH integró a Plaza Dorada al *Programa de Apertura a Lugares de Gran Afluencia*. Instaló un módulo de exposición en la puerta principal de la plaza con copia del Plato Blom del acervo del Palacio Cantón, la cédula informativa del objeto y una gran fotografía del museo<sup>18</sup>.

Aunque desde la perspectiva estrictamente empresarial la agenda lúdica puede entenderse como parte de una estrategia mercadotécnica para atraer mayor clientela, los responsables de su organización prefieren plantearlo de una forma más sutil. Al preguntarle a los gerentes sobre sus programas de actividades sociales y culturales, respondieron que se realizan con el objeto de retribuir a sus usuarios y visitantes por su preferencia.

*“Los eventos artísticos o culturales que se presentan en la plaza tienen como objetivo principal agradecer la preferencia que tiene el público por la plaza obsequiándole algo”*(Gerente de Plaza Dorada).

---

<sup>18</sup> Con ello se pretendía invitar al público al acercamiento a los libros, zonas arqueológicas y museos de la ciudad. En la inauguración se anunció la ampliación del programa a otras plazas comerciales de Mérida (DY, 27 de julio de 1996).

*“Nosotros creemos que la plaza comercial no debe ser sólo un lugar para comprar, debe ser un lugar de esparcimiento familiar, donde puedas venir con la novia, los amigos y disfrutar de algún espectáculo gratuito”*(Gerente de Gran Plaza).

Por otra parte, concuerdo con R. Ayús Reyes quien destaca que las plazas comerciales son estructuras renovables, reestructurables y reorganizables. Sus tiendas, supermercados y departamentales deben estar a la moda, como sus secciones de temporada, donde se expone y expende lo que los diversos ciclos rituales de actividades cotidianas imponen a lo largo del año (el inicio de clases, los días de la madre, del padre, de la amistad (1997: 139).

Considero que la realización de espectáculos, actividades de entretenimiento y la decoración especial en cada cambio de estación o alusiva a determinada festividad: las flores, mariposas y pájaros para la primavera; las calaveras, calabazas y brujas del Halloween, etc.; se enmarcan en esta necesidad de renovación y estar a la moda, de proyectar imagen de movimiento y cambio.

El espectáculo como búsqueda intrínseca de estos espacios abiertos al consumo moderno confirma la tesis de Baudrillard de que: *“Todo el entorno moderno pasa de tal manera, en bloque al nivel de un sistema de signos: el ambiente”*(Citado por Ayús, Reyes, Op. Cit: 139). Ello es imprescindible, el cliente asiste a un paseo, una distracción del sábado o el domingo, por ello debe mostrársele un ambiente apropiado, relativamente cambiado, no rutinario, limpio, a partir del orden reestructurado y de una cierta lógica coherente de este sistema de signos culturales, característico de los espacios contemporáneos para el consumo cotidiano (Ibíd: 139).

La plaza comercial convoca a un ambiente de placer, ofreciendo un estado festivo permanente, novedoso y relativamente atemporal, donde según la prensa local *“toda la familia, sin distinción de edades puede divertirse y disfrutar de un sano esparcimiento”*(DY, 26 de sept. de 1999). Ello se expresa en la

propaganda institucional que la identifica, Dorada ofrece *“la plaza con cálido ambiente familiar”*, Oriente: *“la primera plaza familiar de la ciudad”*.

Por otro lado, las plazas comerciales como soportes urbanos constituyen áreas públicas privadas que vienen a sumarse a otros de carácter público: parques, calles, mercados, canchas deportivas, etc.; donde los pobladores realizan prácticas sociales vinculadas al trabajo, tiempo libre y esparcimiento. Sin embargo, existen claras diferencias entre los espacios urbanos determinados por su naturaleza privada o pública.

La plaza comercial es un espacio público, pero no en el mismo sentido que la Plaza Principal, el carácter público es sólo una simulación porque el lugar no está abierto a cualquiera ni a cualquier hora. Al ser de propiedad privada puede controlar el acceso de los usuarios, no es accidental que sea un edificio cerrado con puertas y su propio sistema de vigilancia dedicado a la seguridad del lugar<sup>19</sup>. La gente no se comporta como si estuviera en la Plaza Principal, o en un parque. *“La simulación de espacio público permite un mínimo de actividades que lo caractericen como tal, manteniendo el control de un entorno privado interior”* (López, Levi, L. Op. Cit: 213).

La utilización de los espacios en la plaza comercial reproduce elementos urbanos del centro histórico con “calles” en cuyos costados se ubican las tiendas, panaderías, restaurantes, etc.; y de los parques públicos: jardines, fuentes, bancas, botes de basura, postes de alumbrado, casetas telefónicas; todo ello sirve para simular un escenario donde los sujetos puedan disfrutar de la experiencia gratificante de un paseo urbano pero sin sus inconvenientes.

En las plazas están ausentes los vendedores ambulantes, limosneros, travestis, indígenas, chavos-banda, homosexuales ligando; en fin la clase de personas que -como expliqué en el caso de la Plaza Grande- tienen acceso libre.

---

<sup>19</sup> Plaza Dorada tiene 20 personas destinadas a la vigilancia y seguridad, Gran Plaza 30 y Fiesta 16 (Información proporcionada por los administradores).



Cuando el centro comercial incorpora personajes urbanos como limpiadores de calzado los ubica en un área fija con instalación atractiva y los músicos ambulantes que recorren sus pasillos -al ser contratados por los condóminos-, no solicitan colaboración como sucede con los de las calles.

El propio carácter de los centros comerciales hace posible la presencia de una población abstracta y homogénea debido a su particularidad de consumo y recreación. Es una clase de consumidores con una práctica común, con reglas y procedimientos de pautas selectivas para gustos comunes, determinando estilos, hábitos y hasta lenguajes propios que producen lo que Frigoli (1989) denomina “*la sociabilidad interiorizada e intramuros que va desde el control del espacio hasta los pactos de exclusión*” (Citado por Geraiges de Lemos, A. s/f: 6).

En resumen, la riqueza de la experiencia urbana del *mall o shopping center* se presenta como puesta en escena teatralizada y controlada en todos sus aspectos para evitar sorpresas desagradables. A diferencia de un espacio público como la calle o un parque, donde existe la posibilidad de presenciar personas o situaciones imprevistas, *la serendipia* señalada por Ulf Hannerz (1986), la plaza comercial ofrece situaciones, experiencias y escenarios predecibles. En esta lógica enfatiza la diversidad artificial, las fachadas de las tiendas, el mobiliario: bancas, quioscos, fuentes y jardines; los aromas, colores y sonidos e incluso las diversiones giran en torno al consumo mercantil.

En este sentido coincide con investigadores que señalan que las plazas comerciales pueden ser definidas como “*teatros del consumo*” (Hopkins, 1991, citado por López Levi, L. Op. Cit: 130), o espacios de la hiperrealidad<sup>20</sup>. Constituyen conjuntos arquitectónicos que rebasan las fronteras de la realidad e

---

<sup>20</sup> López Levi propone el estudio de los centros comerciales a través de la categoría de “hiperrealidad”, ésta es un proceso importante en la conformación del paisaje cultural que caracteriza el desarrollo del capitalismo tardío. La hiperrealidad según Baudrillard es: “*la condición en la cual la realidad ha perdido su referente y los modelos, simulaciones o discursos, se han convertido en más reales que la realidad misma*” (Cit. por López Levi, Op. Cit: 36).

incorporan elementos provenientes de la imaginación y los deseos. Son paisajes organizados para promover la fantasía y el placer, en un ambiente influido por las imágenes de la televisión (Ibíd: 21-22).

Hubo un tiempo en que los conceptos de límites, la relación entre los códigos de identificación entre los espacios públicos y privados eran tradicionalmente reconocidos y aceptados por los proyectistas y usuarios, hoy esa relación se presenta en forma nebulosa, subvertida, invertida y ambigua. Ahora se observa tanto la privatización del espacio público, como la publicitación del espacio privado (Fessler Vaz, L. 1996: 98).

Todo lo anterior no impide que sean espacios atractivos para una gran cantidad de pobladores urbanos, quienes a la función comercial agregan otros usos sociales. Las plazas en Mérida, como en otras partes, son lugares de reunión para madres jóvenes acompañadas de niños que resuelven sus problemas de combinar las compras con el esparcimiento de sus hijos. En algunas plazas hay guarderías privadas con televisores que proyectan películas de dibujos animados, tienen colchones para saltar y amplia variedad de juguetes. Por ello no es raro que las madres estén dispuestas a pagar los 30 pesos por hora que cobra la guardería *Kids and baby sitters*, que atiende bebés desde 4 meses hasta niños de 9 años y labora de 8:30 a 22:00 horas.

Las plazas son espacios climatizados, limpios y relativamente seguros, donde los pequeños consumen todo tipo de golosinas, juegan y compran, sin sudar ni ensuciarse como sucede cuando acuden a un parque público. Para los adolescentes son lugares de encuentro y socialización con sus pares, donde tienen la oportunidad de ver y ser vistos. Donde pueden practicar las sutiles técnicas del coqueteo entre sorbos de refrescos o helado, de mirar las vitrinas y los maniqués vestidos con las prendas de moda, revisar las revistas, escuchar gratis la música del momento en los aparatos con audífonos -aunque no los compren- y pasar al área de restaurantes para comer y conversar.

Por ello, no es aventurado ver la plaza -en cierta medida-, como escenario, donde sus usuarios o actores desarrollan papeles de acuerdo a su edad y sexo, intereses y deseos. Conuerdo con Segre en que: *“La plaza comercial puede ser considerada como refugio protegido cuyo montaje convierte su función en un espectáculo representado por los mismos usuarios”* (1996: 4).

El consumo social de los meridianos de las plazas todavía no reviste la misma importancia que éstas tienen en las ciudades norteamericanas. Sin embargo, es innegable que atraen a miles de personas ansiosas de la novedad, esparcimiento, comodidad y estatus. Si consideramos -con las debidas reservas- las cifras proporcionadas por los administradores sobre la afluencia a las plazas, veremos que las cuatro más grandes pueden atraer en total de 50,000 a 75,000 pobladores los domingos. Cantidad nada despreciable para una ciudad con 750,000 habitantes. Esto no está exento de amplias consecuencias en el uso del espacio urbano que se realiza en forma cada vez más segmentada y fragmentada y se enmarca en un proceso de cambio sociocultural.

En Mérida se observa la emergencia de nuevos comportamientos sociales en ciertos grupos de adultos, influidos por el consumismo. Para éstos las plazas comerciales resultan ahora una opción mucho más atractiva que los parques públicos y otros tipos de soportes urbanos: cines, cafés, etc., ubicados en otras partes de la ciudad. Un ejemplo de ello se observa en el caso de los hombres de edad avanzada, jubilados o retirados, de sectores de clase media, quienes dejaron de acudir a los cafés de la zona central y ahora se reúnen en la cafetería de Plaza Fiesta o Dorada, donde permanecen varias horas conversando y jugando dominó.

Son también utilizadas por agentes de ventas de seguros, de laboratorios médicos, etc. quienes se reúnen a trabajar en la zona de restaurantes de Plaza Dorada sin ser molestados. En otras plazas hay niños y jóvenes haciendo la tarea escolar o estudiando, que prefieren estos lugares a las bibliotecas, como explicó uno de los entrevistados en la sección de restaurantes.

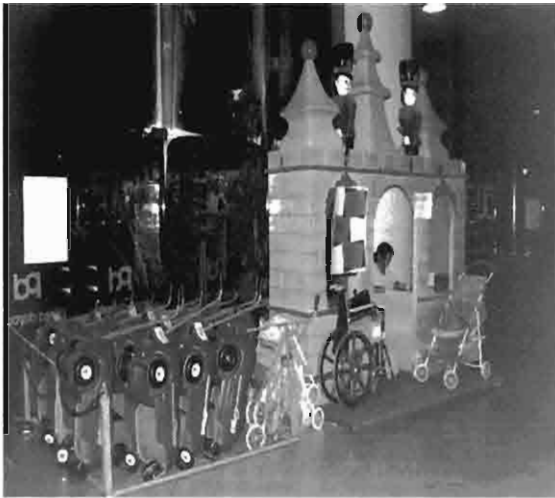
*“Yo vengo a estudiar a Plaza Dorada, la verdad es que la biblioteca de la Facultad de Derecho está muy lejos de donde vivo (Santiago) y además si voy allá, con todo el silencio me aburro y me duermo. Esto me queda más cerca, a esta hora está tranquilo y tiene aire acondicionado”* (Hombre de 20 años, estudiante de derecho).

Las plazas comerciales se constituyen como espacios de sociabilidad y encuentro, son la utopía de un mundo irreal, atemporal y ajeno a las variaciones climatológicas. *“Aquí tanto el tiempo atmosférico como cronológico pierden su contenido y toman nuevos valores al crearse un tiempo cultural que da esencia a las experiencias que allí se viven”* (Geraiges de Lemos, A. Op. Cit: s/p).

Todo ello convoca, provoca y seduce a los pobladores. Y después de seducirlos responde a sus deseos de diversión y reconocimiento en un mundo cada vez más mercantilizado e individualizado como propone el slogan de Plaza Fiesta *“donde tus deseos se hacen realidad”*. Así la plaza conforma imágenes urbanas estereotipadas, pero reales de lo que es la vida urbana contemporánea.

Los elementos hasta aquí señalados sobre las plazas comerciales: su ubicación en ciertas partes de la ciudad, su diseño arquitectónico -iluminación, acústica, temperatura, decoración, tipo de tiendas-, la estrategia mercadotécnica, las actividades y eventos, las mercancías, los actores y sus rutinas, constituyen en su conjunto discursos que comunican un tipo de vivencia urbana particular determinada por la lógica consumista. Tales discursos son forjadores de imágenes urbanas que, como expliqué en el primer capítulo, no se quedan como un acervo mental estático y pasivo, libre de implicaciones sociales. Son conductoras y forjadoras de proyectos para la acción de los actores y grupos sociales en el espacio urbano, en el despliegue de las prácticas cotidianas de usar la ciudad.

## IMÁGENES DE LAS PLAZAS COMERCIALES DE MERIDA



CARRITOS DE PLAZA DORADA



La Gran Plaza cuenta desde hace algunos días con la guardería "Kids and Baby Sitters", que atiende desde bebés de cuatro meses hasta niños de nueve años de edad. Personal profesional atiende a los pequeños mientras sus padres realizan sus compras con tranquilidad. (Fotos de Mario Guillén Chi)



DISCURSO PUBLICITARIO SOBRE LA GUADERIA DE GRAN PLAZA



IMAGEN PERIODISTICA PUBLICADA EN EL SUPLEMENTO DEL DIARIO DE YUCATÁN SOBRE PLAZA FIESTA

**IMÁGENES TOMADAS POR EL AUTOR DURANTE EL  
TRABAJO DE CAMPO**



**COMEDOR DE PLAZA FIESTA**



**JUGANDO AL TROMPO COMO  
EN EL PARQUE**



**ACTORES DE PLAZA FIESTA**



**EMPLEADA DE LIMPIEZA**

IMÁGENES DE LA GRAN PLAZA, EL DISCURSO PUBLICITARIO ENFATIZA EN LA ELEGANCIA FUNCIONALIDAD Y BELLEZA DE SUS INSTALACIONES



**AUTENTICO**  
SERVICIO AL CLIENTE  
TEL: 77-36-45

# La Gran Plaza

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO, LUNES 3 DE JUNIO DE 1997

Queen  
**BLIZZARD Y HELAID**  
SERVICIO AL CLIENTE: 77-714

SUPLEMENTO COMERCIAL

## Tres años de servicio esmerado a la comunidad

An advertisement for La Gran Plaza. It features a large title "La Gran Plaza" and a sub-headline "Tres años de servicio esmerado a la comunidad". The main image is an aerial view of the mall complex. There are also smaller images of the mall's exterior and a cartoon illustration of people at the bottom.



# IMÁGENES DE LA PRENSA LOCAL SOBRE LAS PLAZAS COMERCIALES DE MERIDA

Dé "el grito" en el centro comercial

## El espíritu patrio invade cada rincón

**B**andieritas tricolores, globos, campanas y cadenas de papel en verde, blanco y rojo adornan cada rincón de Plaza Dorada.

El espíritu festivo y patriótico llega a cada comercio y a los pasillos y fachadas. Cruzar alguna puerta de la plaza es empezar a escuchar las notas de música de mariachi y llenarse los ojos con los colores del Laburo Patrio, que da el ambiente festivo que todo visitante desea vivir para romper la rutina de todos los días.

Con motivo de las fiestas patrias, la administración de la plaza organizó algunos espectáculos, además de las acostumbradas promociones y ofertas de sus 180 comercios.

Desde los primeros días del mes, el centro comercial se viste de fiesta, con decoración "a la mexicana".

Durante el Mes de la Patria, los establecimientos tendrán ofertas y descuentos los próximos martes 15 y miércoles 16, conocidos como "los grandes días del ahorro", que se llevan al cabo dos veces al mes.

Durante esos días, los comerciantes ofrecen su mercancía rebajada, en los pasillos, a las puertas de sus establecimientos, con lo que la plaza adquiere un ambiente de fiesta.

El Lic. Guillermo García García, administrador general de Plaza Dorada, informa que el martes 15 habrá una "noche mexicana" en la zona de los restaurantes. El evento dará inicio a las 18 horas, con la actuación del mago Denis, y una hora después se presentará el mariachi Los Cardenales.

**En este mes de la patria, los establecimientos tendrán ofertas y descuentos los próximos días 15 y 16, que serán "los grandes días del ahorro"**



## INVITACIÓN PARA CELEBRAR LAS FIESTAS PATRIAS EN PLAZA DORADA

# Plaza Dorada

MÉRIDA, YUCATÁN, MÉXICO, MIÉRCOLES 14 DE OCTUBRE DE 1998

SUPLEMENTO COMERC

## Se avecina gran actividad

En la celebración del Día de Muertos, el comercio "invita a Tullana" y diversos eventos en su salón de convenciones, entre ellos la Exposición, Plaza Dorada tendrá una agitada segunda mitad de octubre, en la que, como siempre, habrá actividades y precios especiales para los clientes.

Los comercios que funcionan en la plaza ofrecen constantes ofertas y, por si eso fuera poco, los clientes tienen a su disposición las heladerías 24, más tres "carritos", en las que pueden comprar desde un chicle o un refresco, hasta mollicinas, jagues, conchas, paletas, helados, churros y mucho más.

En el interior de esta superplaza se ofrecen una muestra de los artículos que puede adquirir en esas pequeñas reuniones, que contribuyen a darle vida a la plaza.

### SEPTIEMBRE AGITADO

El administrador del centro comercial, Sr. Guillermo García García, comenta que luego de las actividades y eventos organizados durante el verano, la plaza mantiene intensa actividad. Por ejemplo, el mes pasado festejó, los días 15 y 16, el aniversario del inicio de la independencia.

El martes 15, en el área de restaurantes se presentaron el payaso Pablito, el mago Denis y el mariachi Los Cardenales. El 16, en el mismo lugar, actuó de nuevo el mago Denis.

El administrador informa que, además de los

novias, organizadas por la empresa de modales y educadas Hora.

"Al evento, que se realizó el sábado 19 y el domingo 20, asistieron aproximadamente 10,000 personas", indica el administrador.

El mes julio también se llevó a cabo la "Tercera feria de la publicidad", los días 23, 26 y 27.

### ACTIVIDADES EN OCTUBRE

Ahora, en octubre, se efectuarán las tradicionales fiestas del ahorro familiar, en las que los establecimientos de la plaza ofrecen productos con descuentos y precios especiales. Este mes se podrán encontrar puerros y verduras.

Mañana mismo, a las 17 horas, se presentará el espectáculo de Barrey y sus amigos, a las 18 horas, Gilchito y Hilarichito, y a las 19, el payaso Pablito.

La fiesta continúa al día siguiente, con la presentación, en el área de restaurantes, a las 18 horas, del payaso Pablito; a las 19 horas, el mariachi Superior, y a las 20 se presentará la cantante Betania.

La diversión se extiende a los dos días si-

guientes, el domingo 1 de noviembre se efectuará un desfile infantil con motivo del "Halloween".

Los niños participantes recibirán obsequios de los comercios participantes.

Este mes, el centro de convenciones de la plaza también tiene dos grandes eventos programados.

Este sábado 17 se efectuará la final para elegir a la reina del Carnaval de 1998 y los días 22, 23, 24 y 25 será sede, por primera vez, de la Exposición, evento que programó la Secretaría de Desarrollo Comercial e Industrial del Estado y que en ediciones anteriores se celebró en el local de la Camacoma.

En la Exposición se ofrecen ropa y calzado para damas, caballeros y niños. Se organizarán también desfiles de modas.

### EL "HALLOWEEN"

"Halloween", el domingo 1 de noviembre se efectuará un desfile infantil con motivo del "Halloween".

Los niños participantes recibirán obsequios de los comercios participantes.

y que el encargo de los trabajos, Argio, Freddy Pérez Caraballo, todos que estarán listos el 15 de noviembre y se inaugurarán a fines de ese mes.

En otro aspecto, en los primeros días de septiembre pasado, Plaza Dorada recibió a su nueva condonación: Fraiche, ubicado en el local 161, que ofrece lociones y perfumes para damas y caballeros.

Dispone de más de 300 fragancias. También vende artículos de aromaterapia.

El establecimiento, propiedad de la Sra. Leticia Estévez Guillón de Villatoro, abre de lunes a domingo de 10 a 18 horas.

Por otra parte, el miércoles 28 próximo, Joyería y Joyas D'Beatrix, ubicada en el local 140, celebra su primer aniversario en la plaza.

Como ve, la plaza ofrece en octubre, al igual que todos los meses, grandes atractivos, diversiones y buenos precios en amplio surtido de artículos.



El ambiente de Halloween ya invadió los pasillos de la plaza y los dependientes de establecimientos como Dae Discoteca, donde se encuentra hoy para comprar (foto de esta edición), a \$24.20, y "papas locas" distribuye para el Día de Muertos. (Foto de Mario Guillón Ch.)

## LA AGENDA DE ACTIVIDADES Y EVENTOS DE PLAZA DORADA



reunión el tercio Anónimo, el trío Los Juglares, el cuarteto Anónimo, además del grupo Demis, el payaso Polidino y Barney y sus amigos. También hubo cuatro destellos de

a las niñas de 5 a 8 años de edad a participar en el concurso "Mita a Tatiana", en el que los concursantes podrán bailar y hacer "play back" con los temas de la artista

frases de rimas y oñitos. En cuanto a las obras de remozamiento que se realizan en el costado sur de la plaza, el entrevistado comenta que marchan a buen ritmo



La isla de la Fantasía, cerca de la puerta dos, tiene, al alcance de la vista y la mano, un surtido de golosinas, juguetes y refrigerios para los visitantes de Plaza Dorada



Como su nombre lo indica, la isla de Juguetes es un mundo lleno de productos atractivos para los niños. ¿Quién no quedaría encantado con ese auto que funciona con pilas y tiene un precio de \$85?



De la media hora o \$16 la hora completa, las salidas de un paseo a bordo de un carrito de Rali. El negocio se ubica a un costado de la ruta tres. (Fotografía de Mario Quiñán CN)



Las obras de remozamiento que se realizan en el costado sur de la plaza, en la puerta uno (a la izquierda), marchan a buen ritmo, afirma el Sr. Guillermo García García, administrador del centro comercial. El Arqu. Freddy Pérez Cambelo, encargado de la obra, señala que los trabajos estarán listos el 15 de noviembre próximo y la inauguración será a fines de ese mes. (Fotografía de Mario Quiñán CN)

## LA TRANSFORMACIÓN ES INDISPENSABLE PARA MANTENER LA AFLUENCIA DE CONSUMIDORES

# Plaza Dorada

MERIDA, YUCATÁN, MÉXICO, SÁBADO 8 DE MAYO DE 1993

SUPLEMENTO COM

## Mayo, una fiesta interminable

Hay un lugar donde reina la diversión y sea posible encontrar todo. Si lo hay. Su nombre: Plaza Dorada. Desde su fundación, el centro comercial se convirtió en un sitio en el que no sólo se puede encontrar amplia gama de mercancías y servicios, sino también es un lugar donde la familia puede convivir sanamente. Por su variedad en juegos comerciales y por los entretenimientos que ofrece, Plaza Dorada es el lugar ideal, tanto para niños como para adultos que desean divertirse en un ambiente familiar. Las personas que acuden al centro comercial pueden recorrer los amplios pasillos de la plaza y ver los aparatos rec. entrar a las salas de cine, jugar con los videojuegos o desayunar, almorzar o cenar en alguna de sus restaurantes. Día tras día Plaza Dorada se consolida como el lugar preferido de muchos merideños. Una de las muestras más contundentes de este hecho fue la notable asistencia a las fiestas del Día del Niño el viernes 30 de abril pto., más de 20 mil personas -entre niños y adultos- se dieron cita a lo largo de las 10 horas continuas de diversión en honor a los pequeños.



## ASPECTO DE LA CONCURRENCIA A LOS ESPECTÁCULOS DEL DÍA DE LA MADRE EN PLAZA DORADA



**Plaza Fiesta**

PLAZA FIESTA ANTES DE LA REMODELACIÓN



**La "nueva cara" de la plaza**

LA NUEVA CARA DE PLAZA FIESTA

CONCURSOS Y FESTIVALES ENFOCADOS A LOS NIÑOS Y JÓVENES SON FUNDAMENTALES EN LA IMAGEN Y AMBIENTE QUE OFRECEN LAS PLAZAS Y PROMUEVEN A TRAVÉS DE LA PRENSA LOCAL<sup>21</sup>

## El concurso

# “Imitando a Tatiana”

Plaza Fiesta celebrará mañana sábado la fase final del concurso para elegir a la niña que representará al centro comercial en el concurso “Imitando a Tatiana”, que se llevará al cabo el próximo 15 de noviembre en la Feria Xmatk'uil 98.

En la final de la plaza participarán seis concursantes, que se eligieron en las eliminatorias.

Las eliminatorias comenzaron el sábado 10 p.p.d. En la primera jornada ocupó el primer lugar Giovanna Sosa Beltrán y el segundo Jessica Andrea Aranda Sánchez, en la segunda, Jade Jaqueline Tirado Canto y Natalia Cortés Palma, y, en la tercera, Julie Nhay Mattar Aguilar y Cindy Sarai Braga Cortés, respectivamente.

El concurso lo organizan la administración de la plaza y la empresa Sabritas.

Pueden participar niñas de 5 a 8 años de edad.

Las concursantes deben presentarse vestidas como la cantante yugoslava, hacer “play back” y bailar con cualquiera de los temas de Tatiana.

Entre los premios habrá patines, bicicletas, muñecas y vestuario de Barbie, videos de Tatiana y canastas con productos de los patrocinadores.



Participantes en la primera semifinal del concurso “Imitando a Tatiana”: Giovanna Sosa Brito, Jessica Andrea Aranda Sánchez, Jennifer Beatriz Xix Rodríguez y Elsie Nichte-Há Rodríguez Gamboa. Arriba, Julie Nhay Mattar Aguilar, ganadora de otra fase. A la izquierda, aspecto de los trabajos en la fachada

<sup>21</sup> Todas las imágenes periodísticas que ilustran esta sección provienen de los suplementos comerciales del Diario de Yucatán sobre las plazas comerciales de Mérida.

#### IV.7. Actores, usos y actividades de Plaza Dorada.

Investigadores de diversas disciplinas: antropología, comunicación, geografía, etc.: Sarlo, B. 1988; Silva, A. 1992<sup>22</sup>; García Canclini N. 1995<sup>23</sup>; Ortiz, R. 1998<sup>24</sup>); dedicados al estudio de las transformaciones socioculturales en contextos metropolitanos, han advertido el papel central de las plazas comerciales en los usos del espacio urbano y la emergencia de nuevas prácticas socioculturales. Sin embargo, debido a que estas plazas no son su objeto de estudio aparecen como una variable colateral sin llegar a ser la principal en el análisis.

En el caso de las investigaciones enfocadas a los centros comerciales realizadas en América Latina y particularmente en México, se han abordado aspectos importantes de tales establecimientos entre los que destacan su surgimiento y desarrollo, articulados al proceso de crecimiento y cambios en la imagen, estructura y función de la ciudad de México, particularizando en el caso de uno de ellos (Ramírez Kuri, P. 1993). O, las funciones que han adquirido en la vida cotidiana, su carácter central y su papel como espacios de consumo, lugares de interacción, de esparcimiento y turismo a partir de la hiperrealidad (López Levi L. 2000).

---

<sup>22</sup> Para el caso brasileño Silva encontró que los centros comerciales son actualmente los nuevos sitios de encuentro de los sectores medios de São Paulo, los *shopping centers* junto con los bares constituyen el 52% de los sitios preferidos para reunirse. En menor proporción esta tendencia la observó también en las ciudades colombianas (1993: 97-98).

<sup>23</sup> A propósito de la disgregación de las culturas tradicionales García Canclini plantea que “los repertorios folclóricos locales, tanto los suministrados por las artes cultas como por las populares, no desaparecen, pero su peso disminuye en un mercado homogenizado por las culturas electrónicas transnacionales, cuando la vida social urbana ya no se hace sólo en los centros históricos o tradicionales de las ciudades, sino también en los centros comerciales modernos de la periferia, cuando los paseos se desplazan de los parques peculiares de cada ciudad a los *shoppings* que se imitan entre sí en todo el planeta” (1995: 86).

<sup>24</sup> Los supermercados y *shopping centers* son para Ortiz lugares que revelan la desterritorialización del espacio, condición necesaria para la constitución de la realidad mundializada, son sitios que denotan el orden interno de la sociedad global (1998: XXI).

A pesar de las contribuciones de estos trabajos hasta ahora no existen investigaciones que den cuenta del perfil de los actores que acuden a los centros comerciales, lo que permitiría conocer sus características sociodemográficas y formas particulares de usar estos lugares. Tanto Ramírez Kuri, como López Levi plantean que existe una gran dificultad para realizar encuestas al interior de los centros comerciales y recurren a la observación etnográfica o alguna modalidad de entrevista informal<sup>25</sup> -no sistematizada-, para pasar desapercibido del personal encargado de la vigilancia de tales “espacios públicos”, donde no se permite aplicar encuestas, tomar fotografías, utilizar cámaras de video o hacer sondeos de opinión.

Desde la perspectiva etnográfica cabe mencionar el breve artículo sobre las prácticas socioculturales en los centros comerciales de Castro Pozo y Cornejo Portugal (1995: 24-28) y la ponencia de Geraiges de Lemos (Op. Cit). Ambos describen sus impresiones sobre los usos de los actores que van a las plazas, pero no presentan información específica sobre el perfil de los usuarios: género, edad, actividad, lugar de residencia, forma de llegar, tiempo de permanencia, etc.; que permitan ubicarlos y realizar un análisis más allá de la descripción etnográfica. Por ello, los actores quedan desdibujados al englobarse en categorías generales como clases medias o jóvenes.

---

<sup>25</sup> La información del libro de López Levi sobre el perfil de los actores que acuden a los más de 16 centros comerciales de la Ciudad de México, se resume en una nota a pie de página que reproduzco a continuación. *“La mayor parte de ellos acude al centro comercial una vez por semana o cada 15 días. Se trata de jubilados, maestros, empleados, comerciantes, amas de casa, estudiantes y profesionistas, predominando los tres últimos. Cuando se les preguntó por el motivo para asistir al centro comercial casi la mitad afirmó que iban de paseo, la tercera parte decía ir de compras, la décima parte acudía a algún tipo de servicio (generalmente banco o restaurante) y el resto iba por trabajo. La cuarta parte había llegado en transporte público y correspondía con los estudiantes, jubilados, empleados de la plaza y secretarías”* (Op. Cit: 201).

Es cierto que la naturaleza privada de estos espacios públicos no facilita - como en el caso de la Plaza Grande de Mérida- realizar investigaciones considerando grupos relativamente grandes, para conocer sus características, más allá de lo que se puede obtener vía observación, observación participante o charla informal. Sin embargo, es necesario encontrar mecanismos para estudiarlos y en este sentido coincido con Silva (1993: 140-141) en la necesidad de investigar a una colectividad urbana a través de las repuestas emitidas por los propios actores sobre determinadas cuestiones. A través de instrumentos de recolección del tipo formulario-encuesta es posible obtener información sobre las prácticas urbanas y las formas de representación de los actores sobre éstas y los espacios donde se realizan.

En este sentido, en las siguientes páginas expongo los resultados de la investigación realizada en Plaza Dorada durante el otoño de 1999. Utilicé la encuesta-formulario para saber quiénes acuden, con qué frecuencia, desde dónde se desplazan (zonas de la ciudad o fuera de ella), sus motivaciones para ir, qué cosas hacen en el centro comercial, sus percepciones entre plaza pública tradicional y moderna plaza comercial. Por medio de dicho instrumento busqué recabar los imaginarios urbanos que se construyen como resultado de un tipo de experiencia y práctica urbana particular.

#### **IV.7.1. Características y datos de ubicación de los actores.**

Para conocer el perfil de los usuarios la encuesta-formulario incluyó una sección de preguntas para registrar sus **datos de ubicación**: sexo, edad, origen regional, área de vivienda y actividad u ocupación. Las respuestas a éstas constituyen categorías que correlacioné con la información sobre sus prácticas urbanas: con qué frecuencia van, cómo lo hacen, duración de la visita, etc. y con sus representaciones e imaginarios del lugar y la ciudad.

Como ya expliqué, la diversidad de establecimientos, la oferta de bienes y servicios, las atracciones y espectáculos que ofrece, hacen de la plaza comercial



un lugar utilizado por una población heterogénea de hombres y mujeres de diferentes edades.

Con el auxilio de la encuesta-formulario encontré que el rango de edades de los usuarios de la plaza es muy amplio, incluye desde bebés menores de un año, hasta individuos de más de 80 años. Pero ello no implica que sea usada en la misma proporción por los diferentes grupos de edades. Partí del supuesto de que dentro de éstos algunos la usaban más que otros y de acuerdo con los resultados recabados pude comprobarlo. De esta forma considero que existe suficiente evidencia para plantear tendencias de correlación entre determinados rangos de edad y mayor o menor afluencia al establecimiento.

De acuerdo con la información obtenida encontré que la mayor proporción de actores -el 30.32%-, pertenece al rango de edad que va de los *13 a los 22 años*. Éste concentra casi a la tercera parte de la muestra, aunque cabe aclarar que las edades no se distribuyen en forma homogénea en el mencionado grupo etario, ya que es mayor la cantidad de personas de 18 a 22 años.

En segundo lugar se ubica el conjunto de actores con edades de *23 a 32 años*, que representa el 20.2% de la población estudiada. En orden descendente le siguen, por un pequeño margen, los *de 33 a 42 años*, quienes suman el 18.7% de la muestra. En cuarto lugar aparecen los usuarios de mayor edad -*de 43 a 52 años*-, éstos incluyen al 13.4% de los visitantes de la plaza.

Con estas frecuencias puedo afirmar que existe una correlación positiva entre las edades más jóvenes y la mayor afluencia a la plaza comercial. A medida que aumenta la edad de los actores decrece su proporción, aunque ello por supuesto no implica que no asistan, de hecho encontramos un 6% de personas cuyas edades van de los *58 a los 62 años*.

La mayor proporción de menores de 22 años debe ubicarse en dos planos. Por un lado, tiene que ver con la composición de la pirámide de población de Mérida, conformada principalmente por población joven menor de 28 años. Por otro lado, se explica en parte por la localización de Plaza Dorada en una zona de

colonias y fraccionamientos de construcción relativamente reciente, con una elevada proporción de matrimonios jóvenes que consideran adecuada la zona para establecerse.

Los estudios de mercado realizados para la localización de la plaza detectaron que precisamente la zona norponiente mostraba un comportamiento dinámico en cuanto a la edad de sus pobladores (Entrevista al administrador de Plaza Dorada). Sobre todo por la llegada de cientos de familias de la Ciudad de México a partir del terremoto de 1986 y de otras partes del país, atraídas por las ventajas en la calidad de vida de la ciudad de Mérida.

Además, las imágenes construidas sobre la juventud urbana a través de los medios masivos: televisión, internet, cine, prensa, etc.; juegan un papel fundamental en la construcción de necesidades de consumo de una gran cantidad de mercancías, como ropa, calzado, discos, diversión<sup>26</sup>, etc., dirigidas a estos grupos de edad. Si se analiza la distribución de los establecimientos de la plaza (ver plano incluido en la sección IV.5), el tipo de mercancías y a quienes se dirige, veremos que la mayor proporción de las tiendas está enfocada a los jóvenes. Por ello no debe sorprender que los grupos juveniles estén ampliamente representados en la plaza comercial.

La predilección por los centros comerciales entre los jóvenes meridianos coincide con la situación observada en Bogotá y São Paulo. Cuando Silva preguntó dónde se citaban los habitantes de esas ciudades, las respuestas mostraron que los lugares peculiares (iglesias, plazas, cafeterías, y en Bogotá, especialmente las panaderías), predominaban entre los adultos mayores de 50 años; y, a medida que la edad descende, aumenta la preferencia por los centros comerciales y las estaciones de metro. Esto demuestra que las prácticas socioculturales que se despliegan en el espacio urbano están influidas por la

---

<sup>26</sup> Recordemos que existe mayor oferta de establecimientos de diversión destinada a los adolescentes y adultos muy jóvenes, que la enfocada a otras edades y que lo mismo ocurre con los espectáculos y eventos.



variable edad y que las zonas de la ciudad -con sus respectivos soportes y lugares- no se utilizan en forma homogénea por los grupos sociales.

Ahora bien, si comparamos las tendencias predominantes en cuanto a las edades de los actores sociales que acuden a Plaza Dorada con los del primer lugar estudiado: la Plaza Principal, encontramos diferencias significativas. La mayor proporción de personas que visitan el centro comercial, (30.32%), pertenece al rango de edades de *13 a 22 años*; es decir, se trata mayoritariamente de población adolescente o adultos muy jóvenes. Este mismo rango etario para el caso de la Plaza Principal presenta una proporción más reducida (17.9%). Por otra parte, esta última recibe un 19.6% de personas entre *43 y 52 años*, mucho más alto que el que se presenta para el mismo rango en Plaza Dorada (13.4%).

Como se aprecia hay una tendencia a que los jóvenes opten por el centro comercial y las personas de mayor edad por espacios como la plaza pública. Esto obedece a las características, usos y funciones particulares que ofrece cada uno de los lugares. El centro comercial es el ámbito del consumo y es preferido por los adolescentes de los sectores socioeconómicos de clase media en adelante. La Plaza Principal en cambio carece de la oferta de estímulos y amenidades que convoquen a las personas muy jóvenes -como música moderna, objetos de moda, etc.- y proporciona pocas posibilidades para realizar prácticas urbanas asociadas al consumo de mercancías.

¿De dónde proceden los actores del centro comercial? Para conformar un perfil más claro de éstos les preguntamos sobre su lugar de origen. La mayor proporción respondió haber nacido en la ciudad de Mérida (63.43%), el porcentaje restante (36.57) indicó ser emigrado, ésta cifra incluye un 17.91% de personas de los municipios yucatecos, y 18.66% de otros estados del sureste y la capital del país. Los datos sobre lugar de origen muestran a los inmigrantes como un importante componente de los actores de tales establecimientos. El centro comercial emerge como lugar de referencia para los pobladores de origen

foráneo -aunque de procedencia urbana-, que en su proceso de identificación con la ciudad, lo han integrado a sus prácticas territoriales como ámbito del consumo de bienes y servicios.

En cuanto a los datos sobre el lugar de residencia registré un amplio espectro de colonias y fraccionamientos de Mérida, (46) incluyendo otras ciudades (4)<sup>27</sup>. Con el objeto de simplificar la exposición y análisis de los datos los agrupé de acuerdo a su ubicación en los distritos que conforman la ciudad. La información concentrada de esta forma permite apreciar lo siguiente: más de la mitad (53.3%) de los actores procede de asentamientos del Distrito VII (ver capítulo II). Llama la atención que, además, la mayoría de ellos reside en colonias y fraccionamientos aledaños al establecimiento comercial, en un área menor a los 4 kilómetros de distancia.

Muy por debajo de este porcentaje, aparece en segundo término el grupo de actores que reside en el Distrito VI con el 12.7%, e inmediatamente después están los que viven en colonias del Distrito VIII, quienes representan el 8.2% del total de clientes. Éstos tres distritos en conjunto engloban el 74.2% de los encuestados, es decir, casi a las tres cuartas partes de la población estudiada.

En contraparte, los distritos que incluyen los extremos de las capas sociales aparecen en forma escasa: el Distrito I -Montejo- donde se hallan los pobladores de elevados ingresos-, aporta un total de 3.% de actores al centro comercial. La presencia de los meridianos de la porción sur de la ciudad es también muy reducida, así el Distrito III -Pacabtún- envía al 3.7%.

Cabe destacar que la asistencia de pobladores de colonias y fraccionamientos del Distrito V es prácticamente nula, en total representan el

---

<sup>27</sup> La cantidad de personas con residencia fuera de Mérida incluyó otros estados del sureste y es mayor que la reflejada en nuestra muestra. Esto se debe a que cuando abordamos personas que estaban de paso en la ciudad por motivos de visita, atención médica o trabajo no les aplicamos la encuesta. Ésta fue diseñada para ser respondida por personas que usan la plaza con relativa frecuencia -indaga rutinas, actividades- y que deben conocer la ciudad para la construcción de sus imaginarios.

0.7% de la muestra. Esto no debe sorprender si tenemos presente la ubicación relativamente distante de este distrito sureño respecto al centro comercial y los bajos niveles de ingresos de la mayoría de las familias.

Ahora bien, al comprar los porcentajes anteriores de la procedencia de los actores del centro comercial, con los de quienes acuden a la Plaza Principal, de nueva cuenta aparecen claros contrastes. En ésta los desplazamientos se dan en orden descendente desde los siguientes distritos y lugares: el VIII -Centro Histórico- 19.6%; el V -Santa Rosa- 17.%; y el 14.3% de los que visitan la plaza pública son pobladores foráneos que acuden de municipios vecinos en un radio de hasta 60 kilómetros de distancia. Estos tres lugares en forma conjunta agrupan al 50.9% de los entrevistados. En contraparte, en el caso de los usuarios del centro comercial el 53.3% declararon residir en el VII Distrito -Canek-, donde se ubica Plaza Dorada.

La localización y los niveles socioeconómicos de la mayoría de los pobladores del sur influyen para desalentar la visita al centro comercial y contribuyen a su mayor presencia en la Plaza Principal. La distancia obliga a utilizar 2 rutas de transporte público para llegar al centro comercial, el precio de cada pasaje, considerando el medio más económico era en 1999 de \$2.50 por viaje sencillo y se requiere de 4 viajes por persona, lo que arroja un gasto de \$10.00<sup>28</sup>.

De esta manera, los sectores populares son los ausentes del centro comercial, no porque los porteros o vigilantes les restrinjan o nieguen el acceso. De acuerdo a la mayoría de los entrevistados éste es un lugar público, no es tan elitista como la Gran Plaza o Plaza Fiesta, como señalaron algunos entrevistados, cuyas respuesta reproduzco a continuación:

---

<sup>28</sup> Si, además se va acompañado, incluyendo a cuatro miembros -que no es el promedio de las familias de sectores populares- el gasto de transporte suma \$ 40.00, más de un salario mínimo diario. Si se considera un consumo mínimo de \$ 40.00 por grupo familiar en el centro comercial, resulta más difícil que éste pueda destinar más de dos SM para visitar el establecimiento.

*“Aquí vienen todos los meridianos o deberían estar, es público y no se impide la entrada ”(Mujer de 43 años, ama de casa).*

*“Como le digo, en realidad este es un lugar accesible para todas las personas, sabiéndolo disfrutar y conocerlo es libre para cualquier tipo de gente” (Hombre de 50 años, burócrata).*

Pero es claro que esto no ocurre así. La segregación no opera por la vía de impedir el acceso como en un club privado o las tiendas que exigen una credencial con foto que demuestre la membresía. Se lleva a cabo través de las limitaciones para disponer de un servicio o establecimiento que está por arriba de las posibilidades económicas de gran parte de los pobladores de Mérida.

Además de las razones estrictamente económicas que determinan la escasa presencia de los actores de bajos recursos en la plaza comercial, debemos considerar las de tipo sociocultural. Varios de los entrevistados del centro comercial ubicaron con facilidad quienes no van a estos lugares. Los discursos recabados son muy claros:

*“Los del sur, de aspecto humilde o de escasos recursos son los que no vienen acá, creo que es porque tienen que tomar dos camiones y les resulta muy caro. Esta es una situación muy normal en nuestra sociedad, como se dice vulgarmente ‘el agua busca su nivel’, tal vez ellos se puedan sentir mal. Creen que no va con su categoría venir a una plaza de éstas” (Mujer de 36 años, ama de casa).*

Otro entrevistado enfatizó la ausencia de personas de extracción rural y aspecto indígena:

*“El meridano es un poco racista, no es que nos sintamos mal, pero hacemos sentirse mal al que no está a nuestra altura supuestamente y esto me molesta sobremanera. Créeme sinceramente, por ejemplo, se supone que aquí puede entrar cualquier persona, de cualquier pueblo, sin embargo no lo ve uno. Si, el campesino, que se note que sea campesino, no lo veo aquí, es más ni de paseo, Y cuando ocasionalmente los veo, como que ellos mismos se sienten*

*fuera de lugar porque los hacen sentir fuera de lugar. Creo que el primero que obra mal es el vendedor y nosotros mismos, pero también ellos mismos se sienten incómodos”* (Hombre de 54 años, profesor universitario).

Como se observa los actores perciben con claridad que el centro comercial, como espacio público, no es usado por todos, debido a que el bajo nivel socio-económico o el origen étnico de algunos pobladores hacen que se sientan inhibidos en un lugar:

*“... donde hay que pagar por todo, unas palomitas te cuestan cinco pesos, que si el refresco, hasta el agua. Ni modo que le digan a los niños que no pueden comprar nada. Y luego si están corriendo y rompen algo tienes que pagarlo, por eso mejor no vienen”*(Mujer de 19 años, empleada bancaria).

Esto coincide con algunos discursos de los entrevistados en la Plaza Principal, quienes a la pregunta sobre su asistencia a los centros comerciales indicaron que no los frecuentan porque se sienten vigilados u observados por el personal de seguridad; o, incluso por el resto de actores que parecen estarse fijando en el aspecto o calidad de su ropa o su conducta.

De esta forma se corrobora lo señalado en el capítulo anterior, en el sentido de que existe una distancia cultural, que opera como barrera simbólica en los lugares. Por distancia cultural me refiero a la escasa familiarización de algunas personas sobre las normas de comportamiento, que puede influir en ellos para inhibir su presencia en aquellos sitios donde no manejan los códigos simbólicos o desconocen las formas de comportarse. Un ejemplo de esto se observa en el uso de los restaurantes donde hay reglas para pedir los productos en la fila, esperar el turno hasta escuchar que vocean el número del pedido, recoger los platos en las bandejas y dejarlas en un lugar específico.

En la plaza comercial -y Dorada no es la excepción- existen formas de comportarse o roles que el actor debe conocer antes de experimentar el lugar, de vivirlo o relacionarle con él, como señaló una persona *“sabiéndolo conocer y disfrutar, es para todos”* (Hombre de 50 años, burócrata). Para ello -como

señala López Levi -se debe adoptar una serie de normas, códigos morales, -por ejemplo no se debe regatear-, una idea previa del tipo de situaciones -esperar turno para los alimentos-, y de las cosas que deben encontrarse dentro del lugar (Op. Cit: 19).

Por otro lado, regresando al análisis de los datos sobre la procedencia de los actores de Plaza Dorada, el porcentaje de éstos que habita en asentamientos del Distrito I, Montejo es sumamente reducido, apenas el 3.%. Esta proporción tan baja se explica por el tipo de establecimiento que está dirigido a un público de clase media y media alta, característica que le imprime un menor nivel de prestigio para los pobladores que pertenecen a los sectores más ricos y acomodados. También se explica, en parte, por la existencia de otras opciones comerciales como La Gran Plaza, o las tiendas departamentales más exclusivas como Liverpool o Chapur Norte, más cercanas a sus zonas residenciales.

Las respuestas sobre la procedencia de los actores, tanto del centro comercial como de la Plaza Grande, permiten apreciar no sólo cómo usan determinados espacios urbanos, sino también cómo se imaginan la segmentación de la ciudad. Esto está claro entre los usuarios de Plaza Dorada, cuando les preguntamos qué tipo de personas asiste muy poco al lugar, la mayoría respondió que además de los muy pobres, tampoco están las personas que viven en las colonias y fraccionamientos del norte de la ciudad. Varias respuestas corroboran lo anterior:

*“En Yucatán la burguesía del norte (de la ciudad) es muy elitista, esos no van a venir a esta plaza, se van a comprar a Nueva York o Miami, no van a comprar zapatos de \$ 300.00 si pueden pagar unos de \$ 1,000” (Hombre de 65 años, jubilado).*

*“Los ricachones del norte, los que viven en el Campestre o la México Norte no vienen acá, o van a los cines y tiendas de Gran Plaza, Siglo XXI y Liverpool, o se van de compras a Miami. Incluso los de clase media, aunque no tengan mucho dinero, no les gusta que los vean por aquí, imagínate que los vea*

*alguién comprando en Plaza Dorada, que papelón”* (Hombre de 42 años, comerciante)

Algunos entrevistados explicaron los impactos de las plazas comerciales en el ámbito espacial al fomentar la segregación de los pobladores o el abandono de lugares que convocaban a los meridianos, como se observa en sus comentarios:

*“Las plazas comerciales tienen su lado positivo y negativo. Lo negativo sería que la gente que tienen recursos va a las plazas, los que no tienen dinero se van al centro (de la ciudad) y no debería ser así. Como que la gente se va segregando”* (Mujer de 36 años, ama de casa).

*“Las plazas(comerciales) influyen, hacen que la gente abandone los lugares a donde se paseaba. Antes, la gente iba a Montejear, ahí paseaban los muchachos y muchachas, dando vueltas en sus coches o caminando por la Reina o el Impala. Ahora prefieren venir acá o Gran Plaza. Y del centro (de la ciudad) ni te cuento, ya casi nadie va”* (Mujer de 30 años, empleada).

Los distritos VI y VII, a pesar de sus diferencias respecto a los niveles socioeconómicos de sus pobladores, tipo, cantidad y calidad de infraestructuras urbanas; comparten su localización en la porción poniente de la ciudad y se encuentran próximos a la plaza comercial. Conviene recordar que el Distrito VIII incluye a la porción antigua de la ciudad -conocida como Centro Histórico- y para sus pobladores Plaza Dorada constituye la opción más cercana y accesible.

La alta concentración del ingreso que prevalece en Mérida ha propiciado un patrón de segregación espacial (Ver Cap. II), que se expresa en una correlación entre localización y nivel socioeconómico. Los distritos más norteños son los más ricos en detrimento de los que se ubican en la porción sureña. El Centro Histórico no escapa a esta tendencia que, sin embargo, se presenta de forma matizada por razones de tipo histórico y las diversas funciones: comerciales, de servicios, gestión, etc., que todavía ofrece.

Con este contexto, puedo plantear que la abrumadora mayoría de usuarios del centro comercial provenientes de los asentamientos del distrito VII, obedece principalmente a dos factores: la localización y el nivel de ingresos de la población que la rodea, ambos hacen posible pautas de consumo asociadas a este tipo de establecimientos.

Para enriquecer la información sobre los entrevistados les pregunté sobre la forma o medio de transporte que usan regularmente para ir al establecimiento. La mayoría (49.3%) utiliza *exclusivamente vehículo automotor particular*, ya sea de su propiedad, de la familia, o de sus amigos. En segundo lugar -el 21.6%- está el grupo de personas que respondió que recurre *al transporte público*. La tercera opción, es una categoría mixta -*transporte público y propio*- e incluyó al 14.2% de la población.

Llama la atención que a pesar de que esta plaza no está enfocada a los sectores socioeconómicos más altos, como es el caso de Gran Plaza y en menor grado de Plaza Fiesta, arrojó una elevada proporción de actores que utilizan vehículo propio. Conviene recordar que la mayor parte de clientes vive en colonias poco distantes del establecimiento comercial, por lo que esta forma de acudir resulta aún más significativa.

A diferencia de la alta proporción del automóvil privado, entre los actores de la Plaza Principal prevalece el *transporte público* como medio predominante para desplazarse (69.6%). Y la segunda categoría por orden de importancia -conformada por el grupo de quienes asisten a ella *caminando*- representa el 17%.

En último lugar -pero no por ello menos importante- presento los datos sobre las actividades u ocupaciones con mayor representación entre los actores del centro comercial. La categoría ocupacional que destaca por cantidad de casos es la de *empleado* con el 33.%, en segundo lugar aparecen los *estudiantes* de diferentes niveles educativos con el 24. %. Ambas agrupan a poco más de la mitad de la población encuestada.



Los porcentajes de actividades u ocupaciones de los actores de mi primer lugar estudiado -la Plaza Principal-, también incluyen a *empleados* con el 26% y a *estudiantes* con el 17.29%, como las dos principales categorías. Sin embargo, aunque éstas nominalmente son similares a las de los entrevistados de la plaza comercial, aclaro que los últimos son empleados de empresas y establecimientos mejor pagados que los de la plaza pública.

La segunda categoría -*estudiantes*- se explica parcialmente por las características de dicha actividad, que permite una mayor proporción de tiempo libre. Éste entre los jóvenes de clase media y urbanizados se asocia con instalaciones de este tipo.

Por otra parte, entre los entrevistados del centro comercial la variable género femenino aparece como determinante de la tercera categoría ocupacional -*ama de casa*-. Ésta representó el 8% de las personas encuestadas. Estas mujeres al realizar sus compras en la tienda ancla -el supermercado Maz- tienen suficientes motivos para ir a la plaza comercial con relativa frecuencia.

Un caso particular de actividad o empleo cuya proporción aparece como relativamente alta es el de profesor -de educación básica, media superior y superior-, este grupo laboral incluye al 7.4% de los actores de la plaza. Esta situación atípica y difícil de generalizar para otros centros comerciales de Mérida, resulta de la localización de la plaza en una zona que originalmente estuvo destinada a la construcción de unidades residenciales para maestros.

La última categoría ocupacional con proporciones importantes es la de *jubilado*, representa el 6% de los actores entrevistados. Recordemos que también en el caso de los usuarios de la Plaza Principal encontré un grupo importante de *jubilados* (11.75%), proporción que prácticamente duplica a la encontrada en la plaza comercial. Aunque la cantidad de jubilados en la plaza comercial es relativamente baja, no puede soslayarse que éstas -por su comodidad y servicios-, cada vez más se presentan como opciones atractivas para diferentes grupos de edades

IMÁGENES DE LOS ACTORES DE PLAZA DORADA TOMADAS DURANTE EL TRABAJO DE CAMPO



ÁREA DEL COMEDOR DE PLAZA DORADA



DISFRUTANDO EL CABALLITO MECÁNICO EN LA HELADERÍA



CUIDANDO A LOS HIJOS MIENTRAS LLEGA LA MAMÁ



COMEDOR DE PLAZA DORADA



HORA DE LOS HELADOS



REVISANDO LA MERCANCÍA RECIEN COMPRADA



IR DE COMPRAS



ENCONTRÁNDOSE CON AMIGOS



PASEANDO AL NIÑO DURANTE UN DÍA LLUVIOSO

#### **IV.7.2. Las rutinas, preferencia e imágenes de los actores.**

Uno de los indicadores para conocer la influencia de las plazas entre los pobladores urbanos es su atracción, que puede observarse a través de la frecuencia de visitas que hacen los actores en determinado período de tiempo. Con esta idea pregunté cuántas veces al mes acudían a estos lugares, les expliqué que me interesaba saber las veces que iban a las plazas comerciales en general, no a una en particular y descontando los supermercados, tiendas, tipo bodega como Sam's o Costco Price Club, que no forman parte de un conjunto tipo centro comercial.

El mayor porcentaje (28.4%) respondió asistir *de 7 a 10 veces por mes*, esta cifra por si misma representa más de la cuarta parte de la muestra total estudiada. El segundo porcentaje en orden de importancia fue el del grupo que

dijo ir *de 4 a 6 veces* (23%) Resulta pertinente enfatizar que en conjunto estas dos frecuencias acumulan más de la mitad del total de casos.

Estas altas proporciones de visita se reducen notablemente en la frecuencia que se ubica en tercer lugar de importancia. En ella se incluye a los que acuden a la plaza *de 1 a 3 veces* y registró el 14.2% de los actores. Mención especial amerita el grupo de usuarios que respondió ir *de 11 a 14 veces al mes*, se ubica en cuarto lugar con el 11.2% de la muestra estudiada.

Si se toman los porcentajes de las dos categorías que incluyen al mayor número de casos y se extraen promedios de ellas, se observa que en el primer caso hay una media de asistencia mensual a la plaza comercial de 8.5 veces, y en el segundo caso de 6 veces al mes. Sin profundizar -por ahora- en las diversas y múltiples razones que motivan las visitas, ni en el tiempo de permanencia; estas cifras indican porcentajes y promedios relativamente altos. Permiten ubicar a los actores haciendo uso cotidiano de la plaza comercial, como lugar que ya forma parte de sus rutinas espacio-temporales y por ello hablan con familiaridad de Plaza Dorada<sup>29</sup>.

En este contexto es claro que estos establecimientos han logrado modificar -en determinados grupos socioeconómicos- las formas de consumo relacionadas con el abasto de alimentos, pago de servicios, compra de diversos artículos, diversión, etc. Los resultados sobre la periodicidad de visitas permiten advertir que las plazas son actualmente soportes generadores de gran parte de los desplazamientos que ocurren en el espacio urbano e influyen en las formas de usar la ciudad.

Por otro lado, no hay indicios que permitan plantear diferencias significativas en cuanto a mayor o menor frecuencia de visitas al centro

---

<sup>29</sup> A modo de comparación entre los entrevistados de la Plaza Principal la cantidad de visitas mensuales se distribuyó, en orden descendente, de la siguiente forma: la mayor proporción, 32.14% de 19 a 22 veces al mes, y en segundo y tercer lugar con el 14.28%, los que van 15 a 18 veces y de 11 a 14 visitas respectivamente. Es decir hay mayor cantidad de visitas a la plaza pública que al centro comercial.

comercial motivadas por la variable género femenino. Esto, sin embargo, no quiere decir que la proporción de hombres y mujeres se presente por igual a lo largo del horario de funcionamiento de la plaza. En determinadas horas se observa mayor cantidad de usuarios del sexo femenino, por ejemplo de las 10 de la mañana a las 12:00 horas, cuando acuden a realizar sus compras en el supermercado. Después de las 14:00 horas ésta disminuye y se equilibra la proporción de hombres y mujeres, ya que se incluyen grupos de varones trabajando en las mesas del restaurante, o tomando café.

Además, debido a los comportamientos culturales asociados a la presencia de hombres y mujeres en los espacios públicos, se observa mayor cantidad de hombres en determinados sitios como cines y locales de videojuegos. También hay más varones que mujeres que van para estudiar o trabajar.

Asociada a la periodicidad de visitas indagué las preferencias de los actores sobre determinada plaza o plazas. Los resultados permiten apreciar que la mayoría, el 38.1% de la muestra, respondió asistir a dos plazas: Dorada y Gran Plaza. Resulta lógica la preferencia por éstas, ambas como ya expliqué son las más grandes, tienen la mayor cantidad de tiendas y servicios, brindan la máxima oferta comercial y lúdica, -entre la que destaca sus salas de cine-, e invierten grandes cantidades de dinero en publicidad y suplementos comerciales en la prensa local y otros medios masivos de difusión<sup>30</sup>.

La Gran Plaza, en particular, fue preferida por el grupo de personas menores de 30 años que busca *“la que está de moda”*. En sus discursos enfatizaban aspectos relativos a sus instalaciones modernas y lujosas y la mejor

---

<sup>30</sup> Debido a la fuerte competencia en el ámbito comercial y de servicios que existe en la ciudad, los centros comerciales realizan importantes acciones de difusión en forma continua y rutinaria. Entre éstas destacan los suplementos publicados en el Diario de Yucatán, que incluyen no sólo anuncios sino amplios reportajes sobre nuevos servicios, actividades, festivales, espectáculos y todo lo relacionado con las plazas. Ignoro si en otras ciudades mexicanas se presenta algo similar, pero propongo que en Mérida los suplementos cumplen una función informativa y generadora de representaciones e imágenes sobre las plazas comerciales.

calidad de las mercancías que satisfacen sus deseos de reconocimiento y estatus superiores. La búsqueda del lugar de moda expresa uno de los rasgos particulares de los espacios urbanos modernos, productos del capitalismo contemporáneo, como restaurantes, cines, discotecas y plazas comerciales: la transitoriedad y rápida obsolescencia<sup>31</sup>.

La producción de bienes se caracteriza en la fase actual de capitalismo tardío por otorgar gran importancia al valor estético y al simbolismo. La novedad y la moda son intrínsecas a las plazas por la función que desempeñan como espacios para la circulación de bienes y servicios, algunos de los cuales cambian periódicamente. Quizá donde se expresa con mayor claridad el carácter efímero de la mercancía es en los juguetes infantiles, cada año, si no es que menos, como resultado del éxito de alguna serie de televisión o película, surge un nuevo personaje que los niños piden a sus padres. Lo mismo ocurre con los perfumes, marca de ropa, grupo musical, etc.

Existe una tendencia a producir nuevos objetos o símbolos que convierten en obsoletos a sus predecesores con ritmos de renovación cada vez más acelerados. Además, se ofrece una abundante variedad de versiones de la misma mercancía, que se diferencia por pequeños detalles (López Levi, L. Op. Cit: 18).

Propongo que en un contexto de mercancías y bienes que se renuevan y reemplazan, los establecimientos donde éstos circulan, parecen contagiarse de ese ritmo febril que los obliga al reciclaje cosmético. Varios entrevistados comentaron que parte del mobiliario de Plaza Dorada les parecía anticuado, pasado de moda, que debía cambiarse por diseños más modernos, como los de la Gran Plaza.

---

<sup>31</sup> “Con el universo de los objetos, de la publicidad, de los *mass media*, la vida cotidiana y el individuo ya no tienen un peso propio, han sido incorporados al proceso de la moda y de la obsolescencia acelerada: la realización definitiva del individuo coincide con su desubstancialización, con la emergencia de individuos aislados y vacilantes, vacíos y reciclables ante la continua variación de los modelos (Lipovetsky, G. 1986: 107).



Los empresarios y administradores entrevistados coincidieron en que las plazas requieren de continua transformación, deben cambiar el decorado, mobiliario, tener nuevas tiendas, espectáculos diferentes, para mantener a sus clientes y buscar nuevos usuarios<sup>32</sup>. Las remodelaciones realizadas en los edificios de las plazas Fiesta, Oriente y Dorada, -aunque no pasan de retoques cosméticos- y particularmente el caso del foro construido para la presentación de las *“Veladas Culturales de Plaza Dorada”*, forman parte de esta necesidad de no envejecer y mantenerse atractivas.

Se encuentra en segundo lugar, con el 32.8% de los entrevistados, el grupo que respondió acudir a una sola plaza, que coincide con el lugar donde se realizó la entrevista. En este sentido, se expresa cierto tipo de “fidelidad” al establecimiento por razones de antigüedad, satisfacción con los servicios, facilidades de transportación y el factor de cercanía de la casa o lugar de trabajo.

Resulta interesante señalar que en el caso de quienes acuden exclusivamente a Plaza Dorada, la cercanía y comodidad para hacer la visita, figuran como las principales razones para elegirla. Aquí, en cierta medida, se corrobora que para un importante sector de la población de los alrededores, esta plaza se ha constituido como el principal espacio público para reunirse o divertirse. Como se aprecia en los siguientes casos es el espacio adecuado para encontrarse con alguien:

*“Lo más agradable de venir a la plaza es que aquí funciona como sitio de encuentro con mis amigos, nos gusta venir por la comodidad de que hay aire, está techado y no hay sol”*(Mujer de 18 años, estudiante).

*“Yo vivo aquí cerca a 4 cuadras y todos las noches a esta hora vengo a esperar a mi esposa que trabaja como enfermera en el Juárez. Su combi la deja*

---

<sup>32</sup> Esto coincide con las observaciones de López Levi cuando propone que *“La construcción y conformación de los centros comerciales no es un proceso estático... con el paso del tiempo sufren remodelaciones. Aquellos que han pasado de moda o están en peligro de hacerlo, se someten a programas de renovación, o si se considera que no tienen remedio, entonces se cierran”* (Op. Cit: 105).

*frente a la plaza (Dorada) y vengo a acompañarla para irnos juntos. Este es un buen lugar-para-esperarla sobre todo por el problema de las lluvias, es mejor esperarla sentado aquí en el pasillo que estar en el parque mojándote, y también está la comodidad de que hay sanitarios”* (Hombre de 52 años, profesor).

La tercera proporción en orden de importancia (14.2%) respondió ir a 3 plazas: Dorada, Fiesta y Gran Plaza. El principal argumento esgrimido para optar por varias plazas es evitar la monotonía y aburrimiento de visitar una sola. Varios actores destacaron que cuando asisten sólo a una plaza llegan a conocer *“todas las tiendas e instalaciones, rincones y personas”* del establecimiento, haciendo que la visita pierda su principal atractivo: la distracción. Una estrategia para evitar lo anterior consiste en espaciar las visitas a una plaza en particular -acudiendo a otras- y regresar a ella después de un tiempo para ver si hay novedades en las tiendas, servicios o espectáculos.

Por otra parte, en cuanto al tiempo que los actores tienen de ser visitantes de las plazas, la encuesta arrojó los siguientes resultados: la mayoría de ellos -41.8%- usan las plazas *desde hace 7 o 9 años*, la segunda proporción -20.9%- tiene *de 1 a 3 años*. La tercera categoría de antigüedad, que comprende *de 4 a 6 años*, representa el 17.9% de los encuestados y en cuarto sitio -con el 12.7%- se ubica la categoría que incluye *de 10 a 12 años* de estar visitando las plazas.

Estas frecuencias están por debajo del tiempo de existencia de este tipo de establecimientos en Mérida. Recuérdese que los dos primeros -Oriente y Buenavista- se inauguraron hace 18 años, pero en el primer caso la plaza no llegó a tener gran impacto a escala urbana ni regional y en el segundo cerró después de algunos años. En cambio el éxito de los otros centros comerciales es evidente y con excepción de la Gran Plaza, su edad ronda los promedios indicados por la mayoría de los actores entrevistados.

El análisis de la información sobre la antigüedad de visitar la plaza resulta relativamente complejo. Esto se debe a que la población entrevistada incluyó

actores de un rango muy amplio de edades, desde 15 a más de 75 años, con una alta proporción de menores de 22 años -cerca de un tercio de la muestra-. En este sentido, la diferencia de edad constituye una variable que no permite la correlación directa, no es lo mismo tener 15 años y 5 de visitar la plaza, que ser una persona de 60 años con 8 años de estar acudiendo a las plazas.

En términos absolutos es evidente que 8 años es más tiempo que 5, pero en términos relativos estar visitando la plaza desde hace 5 años representa un tercio de la vida de un quinceañero. Por tanto, el punto central no radica en el tiempo en forma absoluta, sino en la medida en que afecta de manera cualitativa las experiencias, usos y prácticas urbanas de los actores según su edad. Prácticas y vivencias que influyen en sus representaciones e imágenes asociadas a estos lugares particulares y forman parte de sus imaginarios urbanos.

No obstante lo anterior, el periodo de antigüedad que va de 7 a 9 años coincide con el tiempo de existencia de Plaza Dorada y refleja que desde su apertura es visitada por los entrevistados.

Respecto al tiempo promedio de duración de la visita el formulario-encuesta arrojó la siguiente información: la mayoría -38.8%- permanece en el establecimiento *Más de una hora y hasta dos horas*; el 28.4% de las personas se ubica en la categoría de *Más de dos horas y hasta tres horas*; y, en tercer lugar, con el 14.9%, los que permanecen un periodo mayor: *Más de tres y hasta cuatro horas*. Si bien estas tres categorías de duración incluyen en forma acumulada al grueso de la muestra (82.1%), encontré un 13.% de personas con tiempo menor a una hora<sup>33</sup>.

Comparando los tres principales porcentajes de duración de la visita entre centro comercial y plaza pública encontré lo siguiente. La categoría de *Más de*

---

<sup>33</sup> Los porcentajes relativos al tiempo de permanencia no deben considerarse como datos "duros", aunque registran las respuestas de los actores la duración de la visita es situacional y depende de las razones que la motivan. Un mismo actor puede acudir en días diferentes por motivos diversos y permanecer más o menos tiempo.

*una hora y hasta dos horas* incluye al 38.8% de los visitantes de Plaza Dorada, y el 32.1% de los usuarios de la Plaza Grande; la siguiente *Más de dos horas y hasta tres* agrupa al 28.4% y 10.7% respectivamente, y la duración de *Más de tres horas y hasta cuatro* representa el 14.9% de los usuarios del centro comercial y 7.1% de los de la plaza pública. Como se aprecia los periodos de permanencia de los actores del centro comercial rebasan a los de la plaza pública central.

Pero ¿quiénes están más tiempo en la plaza comercial, hombres o mujeres, los menores de 30 años o los de edades mayores? Con el objeto de indagar si las variables género y edad influían en la duración de la visita las crucé y encontré que las mujeres permanecen más tiempo. En el rango de *Más de 3 horas y hasta 4*, las proporciones femeninas son el doble de las masculinas, 22.5% y 11.7%, respectivamente. También sobrepasan a los hombres en la categoría de *Más de dos horas y hasta tres horas*, 32.5% y 26.6%, respectivamente. En cambio, los últimos rebasan a las mujeres en los periodos más breves, *de 30 minutos a una hora*, 16.% contra el 7.5% femenino y también en el de *Más de una hora y hasta 2 horas*, 42.6% y 30% respectivamente.

La edad es otra discriminante del tiempo de permanencia en la plaza comercial. Del total de casos reportados en la categoría de *Más de tres horas hasta cuatro horas*, el 30.% pertenece al grupo de 13 a 17 años, el 25% tiene de 18 a 22 años y el 20% pertenece a la categoría etaria de 23 a 27 años.

En el caso de los usuarios de la Plaza Principal la edad también influye en la duración de la visita, sin embargo, no presenta la misma tendencia que la encontrada en Plaza Dorada. En la plaza pública la mayor parte de personas mayores de 43 años se concentra en las categorías de tiempo de *Más de tres horas y hasta cuatro horas* (62%) y de *Más de cuatro horas y hasta seis horas*, (71%). Respecto a la influencia del género y la edad considero que ambas influyen en los individuos que registraron mayor tiempo de permanencia en la plaza comercial. En este contexto propongo la hipótesis de que las mujeres

urbanas de clase media alta, que frecuentan Plaza Dorada, disponen de suficiente tiempo para dedicarse a una de las actividades femeninas preferidas: mirar aparadores. Con decenas de tiendas que ofrecen calzado, ropa, perfumes, joyas, etc., destinadas a las damas, la plaza constituye el escaparate perfecto para ir de *shopping*<sup>34</sup>. Contribuye al mayor tiempo de permanencia de las mujeres la existencia de más actividades dirigidas a ellas que a los varones. Son frecuentes los cursos gratuitos de pintura de cerámica, repujado, tejido, clases de cocina, etc., que ofrecen algunos establecimientos. Éstos determinan tiempos de permanencia asociados a la duración de dichos cursos.

Los jóvenes, por su parte, pertenecen también a sectores sociales de clase media, una mayoría de ellos son estudiantes y disponen de suficiente “tiempo libre” después de realizar sus trabajos escolares, algunos se reúnen en la plaza con sus amigos para hacer los deberes y luego divertirse en los videojuegos, cines y restaurantes. Otros prefieren utilizar de manera individual las instalaciones. Algunas respuestas emitidas a la pregunta ¿Qué es lo que hace mientras está aquí? confirman lo anterior:

*“Estudiar, cuando me fastidio me levanto, me voy a pajarear, o si me gusta algo, como hace rato estuve averiguando de unas camisas que vi en el centro de la ciudad que no hay acá, Pensé conseguirlas acá, pero me dijeron que sólo llegan allí, estuve viendo unos tenis que me gustan, ya se cuánto cuestan y puedo juntar la lana. Fui a ver qué películas están pasando en cartelera para venir el sábado, entré un rato a la zona de videojuegos, luego*

---

<sup>34</sup> Al respecto de esta práctica urbana Víctor Gruen distingue entre comprar (*buying*) e ir de compras (*shopping*). La primera es resultado de una meta determinada que lleva al consumidor a una tienda específica. La segunda no es tan clara en su objetivo y se relaciona con el tiempo libre y la cantidad de dinero disponible. No está motivada por la satisfacción urgente de una necesidad y permite la comparación de precios, estilos y calidad. Ir de compras es una acción típica de una sociedad con tiempo para el esparcimiento y en la cual existe un placer por el consumo (Citado por López Levi, Op. Cit: 131).

*regresé a estudiar y compré un café*”(Hombre de 24 años, estudiante de derecho).

Por otro lado, como parte de las rutinas de los actores, me pareció pertinente indagar las horas que consideran más adecuadas para asistir a la plaza, independientemente de los motivos. Pronto descubrí la dificultad de obtener datos que pudieran generalizarse. La plaza, por su naturaleza polifuncional y su amplio horario de servicio, permite la posibilidad de utilizarla sin ajustarse a periodos determinados.

Existen ciertos grupos de actores que realizan actividades rutinarias como los jubilados y los que usan la plaza como lugar de trabajo o estudio. Sin embargo, la mayor parte de los usuarios no responden a motivaciones ni necesidades con alto grado de predictibilidad, por tanto, les resulta difícil planear o prever para decidir la mejor hora para ir. Varios entrevistados explicaron que:

*“No hay horas especiales, la visita depende de la necesidad que se presente, a la hora que sea. Ahora necesitaba comprar herramientas en Gatt y como tengo tiempo vine”* (Hombre de 37 años, agente del Ministerio Público).

Debido a lo anterior presenté la pregunta de la siguiente forma: ¿Si pudiera decidir el momento para acudir a la plaza cual sería el de su preferencia?. Aunque no soluciona el problema de la aleatoriedad, obtuve datos interesantes que ayudan a conocer las preferencias sobre los horarios. El mayor porcentaje de los actores (24.6%) escogió el periodo *De 18:00 a 20:00 horas*, en segundo lugar está el *De 10:00 a 12:00 horas* y *A cualquier hora*, ambos con el 18,% y posteriormente, con el 13.4%, los que indicaron el horario *De 16:00 a 18:00 horas*.

Recordemos que en el caso de la Plaza Grande las franjas horarias preferidas que agrupan los tres mayores porcentajes fueron las siguientes: El lapso que va *De 11.00 a 14:00 horas* concentra al 26%, en orden descendente le sigue la frecuencia que corresponde a la franja horaria *de 19:00 a 22:00*, con el

23-%, y en tercer lugar la *De las 15:00 a las 18:00 horas*, que agrupa al 16% de los actores entrevistados.

La mayoría de los establecimientos del centro comercial trabaja en forma continua un promedio de 10 horas, de las 10:00 a las 20:00 horas, con la excepción de los bancos que laboran desde las 9:00 y cierran a las 17:00 horas y los cines que dan servicio vespertino y nocturno; excepto domingos cuando también ofrecen funciones matutinas. La jornada continua de 10 horas permite realizar las actividades de los clientes a lo largo de ésta, sin embargo, aunque hay personas que tienen menos restricciones para ir a cualquier hora y evitar los congestionamientos, buena parte de los actores sigue patrones rutinarios en cuanto al horario para ir a la plaza.

Así por la mañana, de 10 a 12 horas, la gente acude a realizar las compras del supermercado, a los bancos, hacer pagos en las oficinas de la CFE y agua potable, y en menor medida a determinadas tiendas como boneterías, las de avíos de costura, etc. Después de las 13:00 horas la sección de restaurantes recibe mayor clientela, incluyendo a varios empleados de las tiendas de Plaza Dorada y de personas que trabajan en la zona de influencia del centro comercial.

Por la tarde y noche el supermercado continúa atrayendo importantes contingentes de clientes, otros establecimientos como las salas de videojuegos, son también visitadas por niños y jóvenes que estudian por las mañanas. Las salas del multicinema adquieren un rol protagónico por la cantidad de gente que atraen. La visita al cine motiva también mirar las vitrinas de las tiendas de ropa, calzado, joyerías, discos, relojerías. Una parte de los asistentes al cine cierra su programa con la cena en alguno de los restaurantes que por la noche reciben importante afluencia.

Resultó menos complejo indagar los días preferidos por los clientes. Tal como fue planteada la pregunta permite la posibilidad de escoger el día más adecuado para ir, no el día que se necesita ir. La abrumadora mayoría de las personas -53.72%- respondió como días favoritos los fines de semana,

especialmente los domingos. El segundo porcentaje 33.58% indicó la categoría “*cualquier día*”, con ésta no expresa preferencia por ningún día particular y, por tanto, incluye también los fines de semana; pero a diferencia de la primera no los enfatiza ni jerarquiza.

No debe sorprender que los entrevistados escogieran los fines de semana, con especial predilección por los domingos. Varios factores contribuyen a ello, por un lado, una gran mayoría de personas dispone de mayor tiempo para el ocio y esparcimiento precisamente esos días. Además, por tradición, el fin de semana ha sido considerado como intervalo destinado a la familia, realizando actividades agradables y placenteras.

Dentro del espacio urbano meridano los lugares para la distracción tradicionalmente han sido los espacios públicos: parques centrales como la Plaza Grande, Parque de las Américas, zoológico, etc. En ellos se reúne gran parte de la población para el paseo dominical. Sin embargo, ahora éstos sitios no poseen el monopolio de la función lúdica, aunque siguen utilizándose para ese objeto. Una gran parte de los meridianos de los sectores medios y altos prefiere el paseo dentro de la plaza comercial.

Como soporte urbano la plaza comercial busca ofrecer las ventajas de un espacio idóneo para el paseo, distracción y diversión; sin los inconvenientes de los espacios públicos: el calor, los mendigos, la inseguridad, etc. La agenda lúdica que incluye espectáculos, particularmente los fines de semana, contribuye al mayor atractivo de estos días.

Por otra parte, el 6.71% de las personas seleccionaron la categoría de *lunes a viernes* como preferida, precisamente porque en éstos no hay la gran cantidad de personas que acude los fines de semana, cuando:

*“Hay demasiado laberinto (ruido), mucha gente, niños corriendo, no hay donde sentarse, ni lugar para estacionar el carro, ves restos de palomitas en el suelo...”* (Mujer de 53 años, empleada).



Un conjunto importante de personas -6%- aclaró que más que hablar de día particular, prefieren acudir los días de quincena. Aquí los entrevistados destacaron que debido a que han recibido el salario quincenal pueden disponer de algún dinero para gastar. Conscientes de esto los empresarios ponen en marcha programa de ofertas como el *“Día de Tianguis de Plaza Dorada”*, en el cual las tiendas *“salen a la calle”*, imitando a los mercados tradicionales e instalan mesas fuera de sus puertas con mercancía rebajada -generalmente descontinuada- para atraer a los clientes.

Por otro lado, el centro comercial es un establecimiento destinado a funciones diversas para un público heterogéneo que debe satisfacer las expectativas diferentes de los usuarios. La evaluación de los actores sobre lo que consideran agradable o atractivo del conjunto comercial puede contribuir al conocimiento de sus motivos y deseos para asistir. En este sentido les consultamos en forma abierta ¿Qué considera lo más agradable de la plaza comercial? La pregunta se planteó en forma amplia, evitando referirla a algo concreto como la evaluación de la calidad de determinada área o sección, servicio, evento, experiencia, etc. Se trataba de que los entrevistados, en forma no dirigida, propusieran lo que ellos consideraban lo más agradable.

La mayor proporción de actores el 35% de la muestra, dio respuestas que incluyen diversas cuestiones como la gente que viene, los eventos y espectáculos, el ambiente que se respira; todas éstas las englobamos en la categoría *“La gente y el ambiente de la plaza”*. Algunos ejemplos de estas respuestas son los siguientes:

*“Lo que más me gusta es el ambiente que hay, que se vive, sobre todo los sábados y domingos, se pone bueno, puedes ver muchas cosas y viene mucha gente. Los viernes hacen festivales en la entrada, como que es muy concurrida y vienen muchas chavitas”* (Hombre de 18 años, panadero).

*“Lo que más me atrae de aquí es el ambiente, muy recreativo, de mucho calor humano y variado socialmente. Además los fines de semana por los*

*eventos que se hacen es muy familiar y hogareño*” (Hombre de 36 años, empleado de PEMEX).

En segundo término destaca la proporción de actores que enfatizaron cosas, instalaciones o servicios particulares; éstos los agrupamos en la categoría de *“Cines, comida y videojuegos”* e incluyó al 26.86% de las respuestas. La función central y definitoria de la plaza no pasó desapercibida entre los usuarios, el 16.41%, de la muestra dio respuestas que se ubican en la categoría de *“Tipo y variedad de comercios y servicios”*.

Las dos últimas categorías seleccionadas por los actores fueron *“Todo el conjunto”*, con el 12.68% de la muestra, respuesta muy general que expresa la dificultad de los entrevistados para decidir algo particular. En cambio, un porcentaje importante decidió, sin titubear, la cuestión térmica, el 9.% de los actores dijo que lo más agradable de la plaza era *El aire acondicionado*, lo que permitía estar a gusto sin las molestias del calor que agobia la ciudad, sobre todo en primavera y verano<sup>35</sup>.

Las respuestas sobre lo más agradable explican el uso de la plaza, se va a ella porque uno encuentra lo que busca, que no necesariamente se limita a algo material. Esta búsqueda involucra referentes de representación sociocultural conformados por las prácticas cotidianas de usar la plaza, los deseos y expectativas de las personas, los mensajes sobre los centros comerciales que proyectan los medios de comunicación, etc. En este sentido, la mayor proporción de respuestas referidas al ambiente y gente como lo más agradable habla de una imagen que rebasa la función meramente instrumental de la plaza

---

<sup>35</sup> Las respuestas agrupadas en las categorías anteriores no escapan al problema del traslapamiento, así por ejemplo las categorías, *“Cines, comida y videojuegos”*, forman parte de *“Todo el conjunto”* y/o de la referida como *“Tipo y variedad de comercios y servicios”*. No se excluyen totalmente, forman parte de un conjunto relacionado con la plaza entendida en su totalidad. Pero puesto que se solicitaba al entrevistado la respuesta sobre lo que considerara como más agradable, debía seleccionar y enfatizaba un aspecto, atributo o característica del establecimiento.

como lugar de circulación de bienes y servicios e incluye referentes relativos al intercambio social.

La plaza es un sitio para consumir mercancías, pero es claro que el consumo nunca se realiza en forma meramente instrumental<sup>36</sup>. Implica interacciones simbólicas entre los actores, las mercancías y los espacios que fomentan la construcción de imágenes urbanas asociadas a los lugares. *“Todo el entorno moderno pasa de tal manera, en bloque, al nivel de un sistema de signos: el ambiente”* (Baudrillard, 1995: 42).

Plaza Dorada es punto de encuentro, de reunión, donde las personas van a ver y ser vistos. A través del intercambio de miradas los usuarios son a su vez actores y espectadores, forman parte del espectáculo que hace atractivo al establecimiento, el tipo de gente que acude define y marca el lugar, “la gente hace a la plaza”. Varias respuestas ayudan a apuntalar la idea anterior:

*“¿Lo más agradable? Ver a la gente, contemplar a la gente. Aquí se podría uno sentar y escribir una novela de lo que la gente hace, cómo se viste”*(Hombre de 56 años, ingeniero).

*“Lo más agradable es ver lo que hace la gente, ver las actitudes que tienen cuando miran los aparadores de ropa, me fijo mucho”*(Mujer de 18 años, estudiante).

*“Lo más agradable: el ambiente, como de fiesta permanente. Encuentras muchos amigos, conocidos, como es concurrido”*(Hombre de 22 años, coordinador de eventos sociales).

---

<sup>36</sup> Desde los estudios de antropología económica realizados por Bronislaw Malinowskyy en la segunda década del siglo XX, hasta los trabajos de antropología del consumo de Arjún Appaduarai (1986), se plantea la importancia de entender los procesos económicos como parte de los procesos culturales. La economía está saturada de una infinidad de mediaciones simbólicas que condicionan la perspectiva de su presencia y actividad como procesos que intervienen en la conducción de los actores en una escena sociocultural e histórica determinada. O, para decirlo siguiendo los planteamientos de Douglas e Isherwood, “las mercancías sirven para pensar” y, por tanto “el consumo sirve para pensar (Citados por García Canclini N. 1995: 41-55).

Algunos entrevistados al referirse a la gente explicaron qué tipo y clase de actores construyen el ambiente de la plaza. Se trata de personas de clase media, que acuden en plan familiar y que representan una clientela relativamente homogénea en el sentido socioeconómico y sociocultural. Dos entrevistados lo explicaron de la siguiente forma:

*“La gente que viene a un lugar es lo que hace grande a un sitio. La gente lo cambia, por ejemplo, a la Gran Plaza va gente de un nivel social más alto, en Plaza Fiesta va otro, y aquí viene otro. Es lo primero que yo observo, a dónde pertenezco yo”*(Hombre de 54 años, profesor universitario).

*“Es mucho más noble, sana y humana la gente de clase media, que es la que aquí viene, por eso está plaza se siente más familiar. Los de la clase alta son más groseros, petulantes y altivos. Es más, los negocios de aquí están al nivel de los clientes, en algunos hasta puedes regatear”*(Mujer de 40 años, licenciada en administración).

Tales discursos expresan la percepción y representación de los usuarios de esta plaza sobre el colectivo que acude a ella como un grupo social homogéneo perteneciente a la clase media. Dicha imagen aunque sea una categoría difusa les hace sentirse parte de una comunidad social que permite reducir las diferencias socioeconómicas existentes entre los actores. Esto se inscribe en lo que Bourdieu explica como el espacio social. El autor compara el espacio social con el espacio geográfico en el interior del cual se recortan las regiones. Pero este espacio está construido de tal manera que los actores, los grupos o las instituciones que en él se encuentran colocados, tienen tantas más propiedades en común cuanto más próximos estén en el espacio; tantas menos cuanto más alejados. Las distancias espaciales -sobre el papel- coinciden con las distancias sociales. No sucede lo mismo en el espacio real. Por más que se observe en todas partes una tendencia a la segregación en el espacio, las personas próximas en el espacio social tienden a encontrarse próximas -por elección o por fuerza- en el espacio geográfico (1997: 130).

La plaza comercial, como ya indique, no utiliza dispositivos como las membresías de los clubes que se usan en tiendas como Sam's o Cotsco para ingresar. Por tanto, como propone Bourdieu:

*“Personas muy alejadas en el espacio social pueden encontrarse, entrar en interacción, por lo menos en forma breve e intermitente, en el espacio físico”* (Ibíd).

Pero la tendencia dominante en el uso de la plaza comercial se ajusta más a lo explicado por Bourdieu, cuando plantea que el espacio social está construido de tal forma que los actores -él usa la palabra agentes- que ocupan posiciones semejantes, tienen todas las posibilidades de compartir disposiciones e intereses similares, de producir, por lo tanto, prácticas también parecidas. Las disposiciones adquiridas en la posición ocupada implican una adaptación a esta posición, lo que Goffman llamaba el *sense of one's place* (Ibíd: 131).

Plaza Dorada es considerada por la mayor parte de los actores: usuarios, y agentes: promotores y administradores, como un lugar de clase media con todas las implicaciones de una categoría difusa -quizá media alta, media baja, pero al fin media-. Y los actores tienden -como hemos visto- a ubicarse en su lugar, quizá moviéndose un poco a la parte superior en la medida de sus recursos económicos y culturales y simbólicos. Se busca estar en el lugar que les permite sensación de pertenencia él *sense of one's place* de Goffman.

Conuerdo con García Canclini en que: *“hay una coherencia entre los lugares donde los miembros de una clase y hasta de una fracción de clase comen, estudian, habitan... y disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros. Esa coherencia emerge cuando la mirada socioantropológica busca comprender en conjunto dichos escenarios”* (1995: 45).

En otro orden de ideas, las respuestas que enfatizan los servicios: cines, videojuegos y restaurantes como lo más agradable, se explican por la asociación que existe entre plaza y distracción. La selección de la categoría *“Aire Acondicionado”* como lo más agradable, no debe sorprender en una ciudad con

altas temperaturas la mayor parte del año. En primavera y verano es común rebasar los 40 grados a la sombra y las plazas con su clima artificial emergen como ámbitos urbanos con algunas características de espacios públicos donde no se tiene necesariamente que pagar para ingresar o comprar algún producto para disfrutar del aire acondicionado.

La selección de lo más agradable depende de varios factores como edad, sexo, tipo de consumo cultural, etc. Por ello la correlación de variables puede ser tan amplia como la cantidad de variables consideradas. Por razones de espacio seleccioné la correlación entre lo más agradable y el sexo. La proporción de personas del sexo femenino es mayor a la masculina en las categorías siguientes: *Cines, Comidas y Videojuegos*, 30.% y 22.34%, (aunque ninguna mujer escogió los videojuegos); en *Tipo y Variedad de Comercios* 20% y 17.02%, y en *Todo el conjunto* 15% y 11.70%. Por su parte, los varones aventajan a las mujeres en sus preferencias en la categoría de *Gente ambiente y espectáculos* 36.17% y 30.% y en *Aire Acondicionado* 12.76% y 5%.

Por otro lado, hemos visto que Plaza Dorada se caracteriza por su amplio programa de eventos culturales y espectáculos para diversión y entretenimiento. Basado en mi observación participante en varios festivales y la lectura de los reportes periodísticos que reseñan tales eventos, consideré importante indagar la importancia que tales actividades tienen en los actores de la plaza. Con este propósito les preguntamos si podían recordar algún evento que les hubiera parecido agradable y al que hubieran asistido.

El 70% de los entrevistados dijo recordar y haber participado en algunos, pero dentro de este grupo varios aclaraban que no acudían ex profeso a ellos. A veces están en la plaza por otras razones, ven el espectáculo y se quedan a disfrutarlo. En cambio, cuando se trata de la presentación de espectáculos infantiles con los personajes de moda, Pokemon, Rugrats, Tarzan, etc., las personas con niños pequeños -hijos, sobrinos, nietos, etc.-, acuden especialmente a disfrutar del evento. Algo similar ocurre cuando se realiza

alguna exposición temática como la Expomoda, Expobebé, Expohogar, etc., la gente va a ver lo que se ofrece y obtener los artículos promocionales: gorras, camisetas, llaveros, etc. que obsequian los expositores.

Algunos entrevistados pudieron recordar experiencias agradables asociadas a los eventos que ofrece la plaza, que han pasado a formar parte de sus recuerdos. Son ilustrativos los siguientes comentarios:

*“Algo que me gustó mucho fue cuando pusieron la exposición de óleos del maestro Luis Herrera, era precioso. Es mi profesor de pintura. Ha habido otras exposiciones de pastel o acuarela. Y también disfruté mucho con los concursos de jazz, son muy padres también los grupos de guitarra y los cantantes”* (Mujer de 15 años, estudiante).

*“Hacen muchos espectáculos infantiles, yo he traído a mi hermanito a ver a Pepillín, a veces filman programas para la tele, vienen las Maya Internacional o la orquesta de los Aragón. Pero lo que más me gusta es cuando aquí en la zona de comidas ponen pantallas panorámicas para ver los partidos de fútbol del mundial. Toda la gente se emociona y oyes porras y un ambiente a todo dar”* (Hombre, 18 años, panadero).

El 37% de las personas se enteró de las actividades que se realizan en la plaza a través de los anuncios y carteleras que se instalan en la plaza comercial. El 25% lo hace a través de los anuncios publicados en la prensa local y existen opciones que combinan varias formas. No encontré correlación entre la forma de enterarse de los eventos y edad y sexo.

Como se puede apreciar la influencia de los medios impresos, a pesar de los suplementos regionalizados -Zona Dorada, Zona Fiesta, etc.- donde se promueven mensualmente los centros comerciales y de los anuncios rutinarios, resulta menor comparada con la información que reciben los actores a través de sus prácticas urbanas que incluyen la asistencia a estos establecimientos.

Con la información hasta aquí expuesta de las funciones y características de las plazas comerciales; y de algunas de las prácticas, formas de apropiación

rutinas e imágenes sociales de los actores; puedo plantear que el estudio de caso de Plaza Dorada demuestra el papel significativo de estos establecimientos en Mérida. Dicha plaza es lugar de interacción y cotidianidad de miles de pobladores de ciertos sectores sociales que la frecuentan varias veces al mes y a través de esta práctica la apropian socialmente. Un ejemplo particular de apropiación fue el comentario de un entrevistado:

*“La plaza es un lugar que puedes usar de mil formas. Si quieres puedes venir sólo a la cafetería, ahora estoy esperando que me entreguen mi auto, como una hora o dos y en vez de esperar en el taller mejor vengo aquí. Restaurantes y cafeterías son un buen punto de encuentro, incluso para gente grande. Aquí he hecho amigos, de tanto venir te llegan a conocer los vendedores y te saludan y puedes entablar amistad. Es más acabo de dejar a mi primo que tiene 45 años, ya es grande, no se ha casado y aquí ha tenido posibilidad de establecer relaciones y conocer personas de su edad, divorciadas, viudas. Siempre me dice que se le hace más fácil conocer gente aquí que en el centro de la ciudad”* (Hombre de 29 años, comerciante).

Es claro que para algunas personas la plaza es más que un espacio de intercambio de bienes y servicios, es también un “lugar” en el sentido social.

Por último, resta señalar la influencia de un tipo de mensajes publicitarios sobre las plazas que buscan construir imágenes en el espacio urbano a través de la semantización del mismo. Plaza Dorada se localiza en un sector ocupado originalmente por fraccionamientos destinados a profesores. Las marcas territoriales de esto se observan en los nombres de los asentamientos que la rodean: *15 de Mayo, Colonia Pensiones, Fraccionamiento Pensiones, Residencial Pensiones, Colonia Ampliación Residencial Pensiones VI, Fraccionamiento Residencial Pensiones secciones I, II, III, IV, V y VI, Jardines de Pensiones*, etc. De esta manera la zona llegó a ser conocida entre los meridianos por el sistema originalmente utilizado para obtener las viviendas: pago de pensiones mensuales.



Ahora, sin embargo, la prensa local y los promotores inmobiliarios de los nuevos conjuntos residenciales intentan, por varios medios, rebautizar la zona con el nombre de “Zona Dorada”, considerando a Plaza Dorada como hito urbano, núcleo ordenador, subcentro de servicios y eje simbólico, reorganizador de las imágenes urbanas colectivas de toda la zona. El proyecto de construcción social de nuevas imágenes urbanas -en este caso homogeneizantes- para los distritos meridianos se forja y fomenta cotidianamente a través del Diario de Yucatán. Este periódico, además de la edición que circula en todo Mérida, publica semanalmente cuatro suplementos que distribuye exclusivamente en determinadas partes de la ciudad<sup>37</sup>. Éstos brindan información “regionalizada” o sectorizada sobre los eventos sociales, religiosos, deportivos y de los comercios y servicios de las colonias y fraccionamientos incluidos dentro de cada una de las zonas.



CARTELERA INSTALADA EN LA COLONIA PENSIONES

<sup>37</sup> Los nombres de los suplementos son: Nuestra Colonia Zona Dorada, Nuestra Colonia Zona Fiesta, Nuestra Colonia Zona Oriente y Nuestra Colonia Zona Sur. Como se ve los

El suplemento que corresponde a las colonias y fraccionamientos del Distrito VII, “Canek”, en la porción norponiente de Mérida, lleva el nombre de Zona Dorada; el del nororiente Distrito II, “Alemán”, se titula Zona Fiesta por el centro comercial del mismo nombre. El Distrito III, “Pacabtún”, se conoce como Zona Oriente por Plaza Oriente<sup>38</sup>.

Los distritos urbanos restantes escapan a esta tendencia. El Distrito I “Montejo”, lleva nada menos que el apellido del fundador de Mérida: Francisco de Montejo, personaje que condensa una carga simbólica asociada a la historia, la herencia y linajes hispanos. En Mérida los grupos sociales relacionados con la rancia aristocracia y sus voceros bautizan todo lo que consideran superior con el apellido del fundador y conquistador de la ciudad Montejo: la casa más famosa, la principal avenida, la cerveza yucateca, uno de los colegios privados más prestigiados, una importante panadería. E incluso otros grupos sociales lo han usado para nombrar una antigua sala de bailes y el fraccionamiento de mayores dimensiones.

La posibilidad de intentar homogenizar el nombre del Distrito I -donde habitan las familias meridianas pudientes- por algo parecido a “Gran Zona”, por asociación a Gran Plaza, sería tildado de ridículo y de mal gusto. En cambio, los distritos con nombres mayas, que recuerdan figuras como Jacinto Canek, el héroe que encabezó la frustrada rebelión contra los españoles y fue asesinado en la Plaza de Armas; y el de Pacabtún, toponímico de una antigua hacienda de la época colonial, resultan menos conflictivos y pueden ser sustituidos por los ideólogos de los proyectos mercadotécnicos asociados al espacio urbano.

---

suplementos son cuatro, no coinciden con la cantidad de distritos urbanos, aunque retoman los límites propuesto para su demarcación.

<sup>38</sup> A partir de marzo de 2000 el Diario de Yucatán instaló en las vialidades de acceso a dichos distritos, carteleras panorámicas con mensajes como los siguientes: Bienvenido, está Usted entrando a Zona Dorada, Zona Fiesta o Zona Oriente, y grandes anuncios en la parte posterior de los autobuses urbanos que circulan en las colonias de dichas zonas.

Estas observaciones se inscriben en la propuesta de la brasileña Ana Torres Ribeiro quien plantea: *“que los usos estereotipados del imaginario social (construido en nuestro caso por la prensa) pueden estar vinculados a mecanismos de control de la sociedad y de la valoración desigual de segmentos de la vida colectiva (y yo agrego de la valorización desigual del espacio). “Las apropiaciones controladoras del imaginario mantienen una relación tensa con la historia del lugar sus características cambiantes, la vida cotidiana y con el sentido común” (1996: 56).*

Considero que el uso de los nombres para demarcar y reconocer el espacio urbano, algo que en primera instancia puede parecer trivial, expresa propuestas homogenizadores del mismo y sus moradores. Esto, en alguna medida, hace recordar el caso de las fronteras culturales y los imaginarios urbanos de Guadalajara estudiados por Reneé de la Torre (Op. Cit.), discutidos en el primer capítulo de esta tesis.

## Capítulo V

### Comparando imaginarios y símbolos urbanos desde el lugar de las prácticas

#### **V.I. Imágenes de los centros comerciales desde la Plaza Grande e imágenes de ésta desde Plaza Dorada.**

Además de los usos y representaciones sociales de los entrevistados sobre los ambientes y actores de los sitios estudiados, me propuse conocer sus imágenes sobre los lugares que no usan o lo hacen en menor proporción respecto al lugar de sus prácticas. Es decir, comparar las imágenes de los actores de la plaza pública sobre el centro comercial y las de los actores de éste respecto a la primera. Asimismo, me interesó averiguar los símbolos representativos de Mérida en ambos grupos, analizando la influencia del uso habitual de un tipo particular de espacio público, en su selección.

El objetivo fue descubrir en las respuestas las representaciones sobre dichos lugares. No traté de verificar si son verdaderas o falsas -los imaginarios, como construcciones sociales colectivas son también resultado de cuestiones subjetivas e idiosincrásicas- (Walmsley, D. Op. Cit), sino de ubicarlas como parte del repertorio que conforma sus imaginarios urbanos. En este último capítulo presento la información, discusión y análisis sobre estas cuestiones.

### **V.1.2. Los centros comerciales imaginados por los actores de la Plaza Grande.**

En términos generales puedo plantear que los actores de la Plaza Grande piensan e imaginan los centros comerciales de su ciudad como espacios particulares contrapuestos a la plaza pública. Varios de ellos enfatizaron las diferencias emitiendo juicios de valor sobre los ambientes y experiencias que obtienen en un lugar y no encuentran en el otro. Otros sólo mencionaron las características de las plazas comerciales sin juzgarlas en forma positiva o negativa.

La categoría que incluyó al mayor porcentaje (36.6%) comprende cuestiones asociadas a las condiciones materiales y ambientales. De ésta proporción el 10.7% imagina el centro comercial como un lugar cerrado, con arquitectura moderna y muy bonita, cómodo, muy limpio e iluminado, con aire acondicionado, muchas tiendas, tecnología, elevadores. En estas respuestas prevalece una imagen positiva del centro comercial aunque no en forma absoluta, ya que señalaron –aunque en forma menos relevante-, que tienen pocas bancas para sentarse a descansar, un ambiente de mucho bullicio, mucha gente comprando y están alejados del centro de la ciudad.

En contraparte, el 25.9% restante del 36.6% destacó sus aspectos negativos. Para este grupo el centro comercial no se compara con las condiciones ambientales de la plaza pública donde encuentran brisa, sombra, los sonidos de pájaros; así como la sensación de libertad, de espacio abierto, de libre acceso. Esto se expresa claramente en los discursos que reproduzco a continuación:

*“Esto (la plaza pública) es otra cosa, aquí hay naturaleza y allí (centro comercial) es pura cosa construida por el hombre. Yo en la plaza (grande) me siento más tranquila, tengo más aire natural y no el aire artificial que hay allá”*  
(Mujer de 25 años, ama de casa).

*“Bueno yo me siento más tranquilo aquí, claro que las plazas comerciales tienen su ventaja por el aire acondicionado, sus tiendas y la modernidad, y si no hay mucha gente pues no estaría mal sentarse en una banquita y mirar y si voy a comprar compro. Pero yo me siento más a mis anchas acá, aquí hay más libertad, yo no la cambio, aquí si estás cansado te puedes quitar los zapatos y nadie te dice nada. La sombra es muy agradable, estás bajo los árboles naturales, viendo la paloma, que la paloma zurre a alguien, antes había ardillas. Son cosas que nos hacen volver a nuestro estado natural, veo que eso le gusta al turista”* (Hombre de 71 años, jubilado).

En varias respuestas los actores de la Plaza Grande destacaron la importancia de los espacios abiertos como paisajes culturales asociados a la libertad, donde puedan admirar lo interno y lo externo -el adentro y el afuera- y que facilita entrar y salir. En contraposición una de las características del centro comercial, el espacio cerrado, fue considerada en forma negativa ya que produce sensación de reclusión, a diferencia de la de libertad que encuentran en una plaza pública. Algunos entrevistados expresaron con claridad lo anterior:

*“No me siento igual (cuando está en la plaza comercial) no es el mismo ambiente, está como en un lugar cerrado. Aquí estás libre, es lo principal, ves a la gente ir y venir”*(Hombre de 40 años, empleado).

*“Yo no soy asiduo de los centros comerciales, no encuentro la misma sensación que hay aquí. Para empezar allá como que hay una especie de intención de encerrar a la gente, de mantenerla cautiva para que durante mucho tiempo, con ciertos atractivos, se fije en las tiendas comerciales de ahí. Hablamos de un aspecto de encierro porque todas sus puertas siempre están cerradas por el aire acondicionado”*(Hombre de 37 años, profesor).

Ambos comentarios permiten apreciar que el diseño cercado del centro comercial parece funcionar en sentido de alejar a los sectores sociales de bajos ingresos. Y coinciden con las observaciones de López Levi quien propone que para dichos grupos *“los muros y paredes, son más que estructuras físicas y*

*concretas, pueden ser vistos como estructuras simbólicas que funcionan como barreras sociales y económicas”*(Op. Cit: 109).

En segundo lugar está el conjunto de personas que señalaron entre sus imágenes las diferencias de usos y funciones que tiene cada uno de los lugares. Así, el 24.1% indicó que a las plazas comerciales se va a comprar, a usar los bancos, a los cines, a comer; a mirar precios; es decir, las imaginan como lugares con fines instrumentales asociados al consumo de bienes o servicios. Esta percepción implica una representación o imagen “parcial, simplificada y estereotipada” (Walmsley, D. Op. Cit: 37) de los centros comerciales, que no coincide completamente con todas sus funciones. Como expliqué en el capítulo IV estos lugares no son sólo espacios de circulación de mercancías, ofrecen una gran diversidad de actividades, incluyendo eventos y espectáculos.

Las respuestas de las personas de la Plaza Grande muestran que, aunque los centros comerciales ofrecen eventos y espectáculos públicos y gratuitos, no llegan a ser considerados por todos los actores como lugares de diversión. Propongo que esto puede ser resultado de su poca identificación con dichos espacios a causa de sus niveles socioeconómicos. En contraparte, asocian los parques y jardines públicos como espacios idóneos para descansar, conversar, reunirse con gente conocida.

En tercer lugar se ubica el 14.2% de los entrevistados que imagina al centro comercial definido por el tipo de individuos que lo visitan. Los conciben como sitios utilizados por gente de mayor nivel económico, de clase media en adelante, donde no van personas humildes. Ejemplos de las respuestas que explican las diferencias en cuanto al tipo de gente que los usa son las siguientes:

*“Las plazas (comerciales) son totalmente distintas, porque la Plaza Principal es para todo el mundo, en cambio en un suburbio donde están las plazas comerciales es absurdo que unos indígenas se vayan a sentar dentro de un edificio que no les va a reportar ningún tipo de emoción. Esas plazas son*

*negocios privados, la Plaza Mayor es un lugar público” (Hombre de 41 años, electricista).*

En el mismo sentido otro entrevistado explicó:

*“Yo he ido en la Plaza Fiesta, no se siente igual. La diferencia es que aquí ves personas de todas edades y todas clases, en cambio en una plaza de esas, nomás ves a esa gente, no es igual la gente, es la misma gente, bueno son los mismos humanos, pero no ves el movimiento de los trabajadores, de los venteros, tu vas a comprar allí y nada más, agarras tu camión y te quitas. La gente no se queda a sentarse como aquí” (Hombre de 64 años, velador).*

El reconocimiento de que las plazas comerciales están dirigidas a pobladores de mayores recursos económicos se refleja en una sensación de desagrado entre quienes no cubren dicho perfil. Así, de la proporción de actores que se ubica en tercer lugar -14.2%- la mitad comentó que cuando están en el centro comercial se sienten incómodos, fuera de lugar e incluso algunos llegan a sentirse acomplejados. Un ejemplo de ello se aprecia en el discurso de uno de los entrevistados:

*“Es distinto porque allí está cerrado, acá no, estás al aire libre, estás andando de aquí para allá, y no pues en un comercio como se dice. En un comercio como que te andan vigilando o algo así por el estilo, y eso pues a la persona, a nadie le gusta que lo estén vigilando” (Hombre de 63 años, jubilado).*

Otro de los entrevistados se expresó en forma similar:

*“Yo generalmente no voy a esos lugares, la sensación no es la misma, primero porque están muy alejadas, además hay una cosa que me chivea, como es un lugar comercial ya ve que las tiendas tienen muchos productos de valor y todo...y tengo un temor de que vayan a pensar de que si estoy sentado mucho rato, sin comprar, sólo viendo los comercios, se me acerque un vigilante para preguntarme algo. No me gustaría que esto me pase a mí. Y sin embargo acá (plaza pública) puedo estar 3 o 4 horas lo mínimo y no tienen porque decirme*



*nada los policías. Yo me siento bien acá, mejor que en las plazas comerciales”*(Hombre de 41 años, sastre).

Por otra parte, la categoría de imágenes del centro comercial que se ubica en cuarto lugar con el 8.9%, incluye las representaciones de estos establecimientos como espacios de poca importancia cultural, donde las actividades y eventos son escasos y poco atractivos. A pesar de que los entrevistados reconocen que los centros comerciales organizan festivales y espectáculos, indicaron que no se comparan con la calidad ni diversidad de los que se llevan a cabo en la plaza pública.

Con la información expuesta propongo que la mayor parte de los entrevistados se imagina el centro comercial con un conjunto de imágenes en las que comparan sus características, usos y funciones, ambiente social, y tipo de personas; con el espacio público que usan. Por medio de la comparación evalúan ambos sitios y manifiestan sentirse más a gusto con el tipo de cosas, sensaciones y experiencias que ofrece la plaza pública. Sus comentarios expresan imágenes que permiten ver las relaciones que entablan con el medio, componentes personales, valorativos y afectivos; la mezcla de realidad e irrealidad. Es decir, los componentes propuestos por Powell, citados por Walmsley, que expliqué en el capítulo I.

El nivel socioeconómico de los entrevistados, la localización de sus viviendas en distritos urbanos alejados de los centros comerciales y la influencia de las representaciones sociales sobre éstos; influyen en la escasa proporción de sus visitas a ellos. El 60% respondió que no los visita, el 25% dijo hacerlo cuatro o cinco veces al año y el 15% entre cinco y ocho veces al año, proporciones muy por debajo de las registradas respecto a su asistencia a la Plaza Grande.

### V.1.3. La Plaza Grande imaginada por los actores de Plaza Dorada.

Veamos ahora los discursos de los entrevistados de Plaza Dorada sobre la Plaza Principal. Ésta aparece representada a partir de las diferencias que encuentran al compararla con la sede de sus prácticas urbanas: el centro comercial que conocen bastante bien por la frecuencia de sus visitas.

En primer lugar con el 28.4% destaca la proporción de personas que eligieron cuestiones relacionadas con las condiciones materiales y ambientales de la plaza pública. Se la imaginan por sus características principales: dimensiones, el conjunto de edificios que la circundan, las condiciones y calidad del mobiliario urbano, limpieza e higiene. También refirieron el aspecto ambiental, temperatura, la existencia de árboles y jardines que proporcionan sombra, aromas y son refugio de palomas y otras aves.

Sin embargo del 28.4% sólo el 10% evaluó estas condiciones en sentido positivo y de éste porcentaje la mayor parte fueron varones mayores de 50 años. Ellos comentaron que el ambiente natural contribuye a la construcción de un espacio agradable, estético, que motiva usos asociados a la contemplación, el paseo, la charla. Ejemplo de esta imagen es el siguiente comentario:

*“En la Plaza Grande hay árboles, una arboleda preciosa, respiras el fresco, eso me hace estar contento, es más, como hay sombra no se siente tanto calor”*(Hombre de 65 años, piloto aviador, jubilado).

Aunque en pocos casos, algunos jóvenes coinciden con este tipo de representación, como se aprecia a continuación:

*“El ambiente de la Plaza Grande es diferente porque el entorno es distinto, allá hay mucha vegetación, respiras algo de antigüedad. Aquí (Plaza Dorada), todo es más moderno, esto es muy materialista, estas plantas no son iguales que las de allá, mira se están muriendo, las ves amarillentas. Es mejor estar en un parque público”*(Hombre de 29, agente del Ministerio Público).

La mayor parte de los entrevistados -18.4%- , que agrupé en la categoría de condiciones materiales y ambientales, se expresó en forma crítica sobre ellas.

Los actores señalaron sus aspectos negativos como el excesivo calor durante el día y parte de la tarde, el hecho de que al estar al descubierto las bancas se mojan, se llenan de frutos de los árboles, o “*caca de palomas*”, el ruido excesivo de los vehículos y la muchedumbre.

Ejemplos de este tipo de respuestas son las siguientes:

*“Como hay mucho calor en la Plaza Grande resulta más agradable estar en un centro comercial por el aire acondicionado. La Plaza (Grande) como está en el centro tiene mucho smog, muchos camiones y ruido, mucha gente, si vas y te sientas allá estás respirando todo eso”*(Hombre de 41 años, empleado).

*“En la Plaza Grande no nos sentaríamos por el calor, allá hay mucha gente, mucho polvo, ruido, no hay donde estacionarse, los claxonazos. Aquí (Plaza Dorada) no se escucha nada de eso”*(Hombre de 42 años, comerciante)<sup>1</sup>.

En segundo lugar se ubicó la categoría que incluye imágenes referidas a sensaciones y experiencias -positivas y negativas-, con el 23.9%. De este porcentaje la tercera parte mencionó como atributo relevante la libertad que percibe en la Plaza Grande por ser un lugar público, abierto y de grandes dimensiones. Similar a lo expresado por los entrevistados de la plaza pública, los del centro comercial enfatizaron las facilidades para desplazarse, entrar y salir a voluntad, estar el tiempo que uno desee. Las experiencias incluyen el estado de tranquilidad, ambiente ideal para relajarse, conversar, admirar a la gente y los espectáculos que se realizan en la Plaza Grande.

Pero, precisamente por la libertad de acceso para cualquier persona, la mayor parte -dos terceras partes del 23.9%- consideró a la Plaza Grande como lugar donde existen condiciones objetivas de inseguridad y peligro. Los

---

<sup>1</sup> Las condiciones materiales y ambientales fueron seleccionadas como primera categoría entre los entrevistados de los dos lugares estudiados. Sin embargo, entre los de la Plaza Grande representa mayor proporción 36.6% que la registrada por los usuarios de Plaza Dorada 28.4% respecto a la Plaza Grande.

entrevistados se la representan como un sitio donde uno está expuesto a situaciones imprevistas, que permiten la posibilidad de ser abordado por individuos que pueden agredir en forma física o verbal a los visitantes. De hecho, las sensaciones asociadas a la inseguridad son mayores que las relacionadas con aspectos positivos. Dos respuestas que narran situaciones desagradables ocurridas en este lugar son las siguientes:

*“Yo tuve una experiencia, no sé si estaba vestida muy estrafalaria o fuera de lo común, mi costumbre es siempre andar raída, sin pintura, con mi cabello así, pues ese día dije, pues voy a salir a sentarme a la plaza, fue en la noche, como a las ocho, saliendo de la escuela, me quedé en verme con una persona. De pronto se me acercó un tipo, pero así, no tanto por su aspecto, sino por su vulgaridad y sus palabras tan soeces que empleó al dirigirse a mí. Se acercó y me dijo ¿cuánto vamos al hotel? Así tan desfachatado, me molestó muchísimo, agarré y le dije creo que se equivocó de persona y me alejé”*(Mujer de 23 años, estudiante).

*“En el zócalo hay mucho homosexual, no se puede uno sentar como antes, usarlo como nuestro parque principal, hay mucha prostitución, borrachos, hay muchos niños que venden chicles. A mi esposo le pasó que no le quiso comprarle a una niña unos chicles y se molestó, lo pellizcó y le sembró sus uñas llenas de tierra. Eso a nosotros no nos gusta. Por eso casi no vamos allá”*(Mujer de 34 años, ama de casa).

El fantasma de la inseguridad y el miedo generado a través de experiencias negativas o de comentarios de otras personas, predomina entre las imágenes asociadas a la Plaza Grande, generando lo que Katia Mandoki (Op. Cit: 1998) denomina *imaginarios maléficos*. Sin soslayar la posibilidad de que en ella se presenten casos de agresión física o verbal, como los señalados arriba, conviene aclarar que no es un espacio particularmente inseguro. Su ubicación frente a la sede del Ejecutivo Estatal y Municipal (ver Cap. II), hace que tenga suficiente personal de vigilancia, sin embargo, la imagen de peligro está

presente y parece estar influida por la violencia simbólica que los entrevistados atribuyen a ciertos usuarios. Esto coincide con el planteamiento de M. A. Aguilar quien señala que:

*“Alejar la violencia física supone así el empleo de una violencia simbólica. De esta forma en la ciudad el espacio público aparece connotado de acuerdo a los usuarios, habitantes que marcan las normas informales que lo rigen”* (1990:6).

Relacionado con la inseguridad, el 16.4% de los actores, proporción que se ubica en tercer lugar, destacó como aspecto principal de sus imágenes sobre la plaza pública al tipo de personas que la visitan. La mayor parte de los actores consideró negativo el hecho de que la plaza recibiera a determinadas personas entre las que se incluyen los borrachos, mendigos, gente de aspecto sucio y desaliñado, homosexuales, chavos-banda. Éstos son los sujetos que encarnan las imágenes de desagrado, repulsión, riesgo, inseguridad y miedo. Son los que “contaminan socialmente” a la plaza pública de acuerdo a las imágenes de los entrevistados, como se ve en el siguiente comentario:

*“Casualmente, hace como ocho días fui al centro. Creo que ahí está el estrato social más bajo, ves a la gente pidiendo caridad, limosna, enferma, con problemas de la piel y es algo que quizá no te guste ver”*(Hombre de 39 años, administrador de empresas).

En otro orden de ideas, debido a su importancia cultural e histórica, reforzada por el discurso de la prensa local, la Plaza Grande meridana todavía es considerada como espacio representativo, símbolo urbano por excelencia. Esto se aprecia en la proporción de entrevistados que se la imaginan como espacio emblemático que condensa la tradición e historia de la ciudad. La categoría que aparece en cuarto lugar por el número de casos -14.2%- incluye las representaciones de la Plaza Grande como lugar histórico, simbólico y cultural. El siguiente comentario es ilustrativo:

*“En la plaza están tus orígenes, tu cultura, tu identidad, allá ves la jarana, los edificios antiguos”*(Mujer de 21 años, obrera).

Otros entrevistados lo formularon en términos similares:

*“El centro histórico y especialmente la plaza te hace revivir tus raíces, las plazas comerciales son adecuadas a la modernidad”* (Hombre de 60 años, agente aduanal).

*“Cuando estoy allá siento que estoy en medio de una capital del estado, vas y sabes que estás en Mérida por su ambiente de antigüedad, es el alma de la ciudad, de su cultura”* (Mujer de 66 años, ama de casa).

Finalmente, un 6% respondió que imagina la Plaza Grande como un sitio con escasa oferta de cosas, atracciones y servicios. Para ellos es un lugar que sólo sirve para estar sentado y no ofrece opciones, es un lugar desfasado, anticuado, sólo resulta atractiva en forma breve cuando es sede de eventos y espectáculos. Por tanto, no la consideran cómoda ni funcional. En esta representación emerge la comparación con la sede de sus prácticas urbanas: el centro comercial como espacio cerrado, con muchas tiendas y restaurantes en poco espacio, lo que evita estar caminando varias cuadras *“bajo el sol y el calor”*. Tiene sanitarios, mayor seguridad, comodidad, es más práctico y ofrece diversión. Para este último grupo los centros comerciales son los “nuevos espacios públicos”, opciones más atractivas que las plazas tradicionales.

De acuerdo con los resultados presentados concluyo que las imágenes sobre la Plaza Grande de los actores del centro comercial son en general de tipo negativo, aunque no llegan a serlo de manera absoluta. Y no es absoluta porque todavía existen personas -generalmente de edades no muy jóvenes- que imaginan a la plaza pública como espacio importante y atractivo desde el punto de vista histórico y estético.

¿Cómo influyen estas imágenes en el uso de este lugar? El 23% de los entrevistados de Plaza Dorada indicó que no asiste a la Plaza Grande desde hace varios años, el 10% respondió hacerlo raras veces, con frecuencias de 1 vez cada

dos o tres meses; y el 65% declaró que sí asiste, pero en forma mucho más esporádica, “solamente cuando resulta indispensable”. En contraparte, a la pregunta sobre su asistencia a los centros comerciales, el 60% de los actores entrevistados en la Plaza Grande respondió no visitarlos, el 25% dijo hacerlo 4 o 5 veces al año y el 15% declaró que los visita entre 5 y 8 veces al año.

Si comparamos la asistencia de los entrevistados de Plaza Dorada a la Plaza Grande, con la registrada por los usuarios de esta última a los centros comerciales, se observa que los primeros reportan mayores visitas al otro sitio. Esto parece reflejar que los usuarios del centro comercial -debido a su mayor nivel económico y mayor disponibilidad de vehículos privados-, cuenta con más alternativas para realizar sus prácticas urbanas y no han desechado totalmente su asistencia a la plaza pública, aunque la han reducido notablemente. La selección de los actores para asistir a una u otra sede, está en función de sus consideraciones sobre cuál resulta más apropiada de acuerdo a sus necesidades, intereses e imágenes, relacionadas con cada uno de los lugares

## **V.2. Símbolos Urbanos de Mérida.**

Mérida es una ciudad con reconocida vocación turística. Entre sus variados atractivos destacan los soportes urbanos construidos durante la Colonia, Porfiriato, Siglo XX, etc. Cada uno de éstos periodos ha dejado importantes ejemplos de arquitectura civil y religiosa, monumentos, paseos y parques; que actualmente forman parte de la estructura urbana y de la imagen arquitectónica y visual que distingue a la ciudad.

La construcción y preservación de la imagen urbana -desde la perspectiva monumental e histórica-, es resultado de la intervención de autoridades del gobierno municipal y estatal, empresarios, intelectuales, periodistas y ciudadanos; cuyos intereses y propósitos pueden ser similares o encontrados. En el caso que nos atañe, por la importancia de la actividad turística en la economía

local, los gobierno municipal y estatal y los empresarios vinculados al turismo, tienen un papel central en la conformación de una imagen urbana asociada a los valores históricos y culturales de ciertos edificios y lugares de la ciudad. Éstos son elegidos como emblemas de Mérida que condensan su historia, tradición y cultura y, por tanto, identifican a la ciudad en el ámbito nacional e internacional.

Los mensajes de los agentes conformadores de las imágenes urbanas difunden un discurso con el propósito de fomentar “*imágenes homogéneas u homogenizadoras*” de la ciudad (Torres Ribeiro A. 1996:56). Éste es el caso de toda la parafernalia generada para difundir en el ámbito local, nacional e internacional el nombramiento de Mérida, “*Capital Americana de la Cultura del 2000*”<sup>2</sup>.

El Ayuntamiento local con el auxilio de publicistas y diseñadores se preocupó por forjar y proyectar una imagen urbana acorde con la importante distinción conferida a Mérida. El contenido de dicha imagen fue deliberadamente selectivo, destacando aquello que se quería oficializar como representación de la ciudad. Se trata de una imagen fundamentalmente turística que enfatiza lugares, objetos o sensaciones -como el romanticismo o la amabilidad- que pueden ser objeto de promoción y consumo. La ciudad que se construye a través de este discurso es imaginaria no por irreal, sino en cuanto prescinde u omite hechos o lugares que pueden ser molestos o poco agradables para los turistas.

Así las imágenes de los pobladores sobre sus símbolos urbanos, se encuentran influidas por los discursos de los agentes señalados, pero considero

---

<sup>2</sup> De forma similar al caso de las ciudades europeas, la Organización Internacional No Gubernamental “Capital de la Cultura”, con sede en Barcelona, convoca desde 1999 a las ciudades americanas para competir por el nombramiento de Capital Americana de la Cultura. La primera en recibir esta distinción fue la capital yucateca, seleccionada entre 20 ciudades de todo el continente. Dicho nombramiento implica el pago de una fuerte suma de la ciudad beneficiada a la ONG para realizar amplia difusión internacional de la ciudad y el compromiso de ésta de llevar a cabo un programa de actividades culturales a lo largo de todo el año.



que en su construcción intervienen también la información histórica, las noticias y reportajes de la prensa, la relación actor-ciudad, vía prácticas urbanas rutinarias y cotidianas. En este contexto me interesó ubicar los objetos espaciales que los entrevistados consideran símbolos o hitos representativos de su ciudad. Con este propósito les pregunté ¿Cuáles son las cosas que distinguen a Mérida? La pregunta se planteó en forma libre, no se les indicó que respondieran sobre algún tipo de soporte urbano en particular, sino sobre lo que ellos consideraran que define a su ciudad<sup>3</sup>.

Una primera constatación es que la abrumadora mayoría seleccionó objetos urbanos de tipo monumental. Las respuestas incluyeron un conjunto de más de 20 opciones de lugares, edificios, vialidades y monumentos, en el caso de los actores de la Plaza Grande y de 22 entre los de Plaza Dorada. En virtud de que algunos están representados en forma mínima, elegí a los que obtuvieron los siete mayores porcentajes. De esta forma los objetos y lugares representativos de Mérida según los entrevistados son los siguientes en orden descendente:

---

<sup>3</sup> La selección de los símbolos fue tan diversa y heterogénea que incluyó objetos que no forman parte de la ciudad, como las ruinas de Chichén Itzá y Uxmal, los cenotes, y las playas. Y productos culturales como el folclore y los restaurantes de comida yucateca. De paso señalo que la propaganda del Discovery Channel para promover el nombramiento de “Capital Americana de la Cultura”, incluyó entre las imágenes de Mérida al malecón y playas de Progreso.

**Comparación de los símbolos e hitos urbanos  
elegidos por los actores**

<b>Seleccionados por los actores de la Plaza Grande</b>	<b>%</b>	<b>Seleccionados por los actores de Plaza Dorada</b>	<b>%</b>
1. Plaza Grande o Principal	<b>32.1</b>	1. Catedral	<b>17.9</b>
2. Catedral	<b>16.1</b>	2. Paseo de Montejo	<b>17.2</b>
3. Monumento a la Patria o a la Bandera	<b>11.1</b>	3. Plaza Grande o Principal	<b>14.9</b>
4. Casa de Montejo	<b>8.0</b>	4. Monumento a la Patria o a la Bandera	<b>11.9</b>
5. Paseo de Montejo	<b>6.3</b>	5. Museo de Antropología Palacio Cantón	<b>8.2</b>
6. a) Palacio de Gobierno y b) Palacio Municipal	<b>5.4</b> <b>5.4</b>	6. Plazas comerciales	<b>5.2</b>
7. Museo de Antropología Palacio Cantón	<b>4.5</b>	7. Parque Zoológico del Centenario	<b>4.5</b>
<b>Totales:<sup>4</sup></b>	<b>88.9</b>	<b>Totales:</b>	<b>79.8</b>

Como se aprecia, para los actores de la Plaza Grande, es justamente la mencionada Plaza la que se ubica en primer lugar. No debe sorprender su selección, para este colectivo social ésta es escenario de sus prácticas urbanas y de sus interacciones sociales cotidianas. El uso habitual y frecuente de esta

<sup>4</sup> Los porcentajes no suman 100% ya que sólo consideramos los símbolos que tenían las siete mayores proporciones. El 11.1 % restante de la primera columna y el 20.2% de la segunda, incluyen a más de una docena de lugares y edificios diferentes con proporciones sumamente bajas.

plaza, parece reflejar en alguna forma sentimientos de arraigo, identidad y orgullo, que influyen para considerarla como lo que identifica a la ciudad.

En segundo lugar se encuentra la iglesia Catedral. El valor simbólico de la religión católica, aunado a su monumental arquitectura y dimensiones, son factores que la hacen resaltar como un importante hito urbano. La prensa local contribuye al mantenimiento de su importancia y significado emblemático a través de la publicación de reportajes históricos relacionados con ella.

El conjunto escultórico conocido como monumento a la Patria -o a la Bandera- ocupa el tercer lugar. Esta construcción de piedra tallada es un hemicíclo ubicado en la tercera glorieta del Paseo de Montejo. Uno de sus frentes recrea la historia de México e incluye a la mayor parte de los personajes que participaron en diversos hechos históricos. La parte posterior muestra una alegoría de la fundación de Tenochtitlan, con el águila de la bandera mexicana. Este monumento tradicionalmente ha sido utilizado como sitio donde concluyen o inician desfiles cívicos, militares y paseos carnavalescos. Desde 1990 ha sido apropiado -principalmente por los jóvenes clasemedieros- como espacio idóneo para reunirse y celebrar eventos que consideran trascendentes como el triunfo de la selección mexicana en partidos del Mundial de Fútbol, los resultados de las elecciones, etc.

En cuarta posición los actores de la Plaza Grande seleccionaron la Casa de Montejo. Ésta como expliqué en el Capítulo III, fue originalmente residencia del conquistador. Como figura principal de la fundación de Mérida, el nombre y recuerdo de Francisco de Montejo permanecen vivos a través del discurso que enseñan los libros de historia regional y de la parafernalia turística que la distingue como *“el mejor ejemplo plateresco de arquitectura civil de México”*. Además, su permanencia en el costado sur de la Plaza Grande la hace ser parte del escenario de los entrevistados que frecuentan la plaza.

El Paseo de Montejo, -ubicado en quinto lugar- es considerado desde principios del siglo XX, la principal avenida de la ciudad. Originalmente

flanqueada por decenas de bellas mansiones de arquitectura europea, rodeadas de jardines, es ahora una vialidad destinada a establecimientos turísticos, comerciales y financieros. Aunque hoy día la mayor parte de las mansiones han sido sustituidas por modernos edificios de arquitectura moderna, y varias están abandonadas, aún se califica como una avenida histórica, atractiva y de abolengo<sup>5</sup>. Por ello es objeto de esmerada atención de las autoridades municipales, principalmente en la temporada navideña cuando se ilumina de manera espectacular.

En sexto lugar, con idéntico porcentaje, los entrevistados de la Plaza Grande escogieron como símbolos los edificios del Palacio Municipal y el del Palacio de Gobierno, localizados ambos en derredor de la Plaza Grande, en el costado poniente y en el costado norte, respectivamente. El primero destaca por la altura de la torre del reloj que se aprecia desde varias cuabras antes de llegar a la plaza. El segundo es sede del salón de la Historia, que reúne en un conjunto de pinturas murales parte de la historia yucateca y de algunas figuras de héroes mexicanos. Ambos edificios son considerados importantes atracciones turísticas.

Finalmente, el Palacio Cantón que alberga las instalaciones del Museo Regional de Cultura Maya, fue elegido por los actores de la Plaza Grande como emblema de Mérida. Edificio de grandes dimensiones y de arquitectura afrancesada, es uno de los palacetes que sobrevive en el Paseo de Montejo y su imagen es reproducida en forma continua en tarjetas postales, carteles e imágenes de la televisión local y nacional.

La relación de objetos urbanos seleccionados por los entrevistados de la Plaza Grande refleja importantes cuestiones. Coinciden completamente con los que desde hace varios años son promovidos como los principales atractivos turísticos de la ciudad. Por ello sus imágenes se difunden cotidianamente en periódicos, revistas, televisión, folletos y parafernalia turística.

---

<sup>5</sup> Los restaurantes y hoteles del Paseo de Montejo refuerzan el carácter emblemático de éste en sus discursos publicitarios calificándolo como *aristocrático*, *histórico* y *señorial*.

Es notable que los entrevistados no escogieran entre sus símbolos principales, edificios como el mercado Lucas de Gálvez, con sus bellos portales, el edificio del Siglo XIX, la antigua penitenciaría, los arcos coloniales, o las diversas iglesias coloniales de los barrios del centro histórico. Lo anterior refleja que las imágenes sobre sus emblemas urbanos están fuertemente influidas por los mensajes y discursos de los agentes encargados de fomentar un tipo particular de representación asociada al turismo.

Sin embargo, en la selección de lo representativo de Mérida, también participa la experiencia empírica y las prácticas urbanas que se realizan en ciertas sedes. Es claro, que las personas que asisten a la Plaza Grande tienen mayor familiaridad con el núcleo central, rodeado de un conjunto de monumentos históricos que constituyen parte principal del acervo histórico y simbólico. Éste si bien es retomado por los diversos agentes conformadores de las imágenes urbanas, también es apropiado física y socialmente por los actores, quienes en sus visitas y paseos admiran y reconocen los edificios. Y también se percatan de la importancia y valor que les atribuyen los turistas al tomarles fotografías o filmarlos. Por ello distinguen la Plaza Principal y varios de sus edificios como los objetos urbanos que representan a su ciudad.

Por otro lado, si analizamos desde una perspectiva espacial la localización en la estructura urbana de los objetos considerados representativos por los entrevistados de la plaza pública, se observa que se concentran en dos espacios privilegiados, que coinciden con los circuitos turísticos. Éstos son el núcleo central con epicentro en la Plaza Grande que aloja cinco de los soportes: la propia plaza, la Catedral, la Casa de Montejo y los Palacios de Gobierno y Municipal. Este eje concentra el 67.% de las preferencias de los entrevistados,

El segundo eje es el Paseo de Montejo, éste se ubica a poco menos de un kilómetro de la Plaza Grande, en dirección norte. Esta avenida es sede de tres símbolos meridianos: el propio paseo, el Monumento a la Patria y el Palacio Cantón. Dicho eje aloja al 21.4% de las preferencias de los entrevistados.

La selección de los objetos urbanos representativos de Mérida, concentrados en dos ejes, demuestra que las imágenes urbanas asociadas a los símbolos segmentan claramente el espacio urbano en eje norte -de la calle 45 en adelante- y porción central limitada a las calles 60, 61, 62, y 63. Dejando fuera importantes monumentos localizados en los barrios del sur, oriente y poniente del Centro Histórico.

De esta forma, la ausencia de objetos representativos, aún dentro del perímetro del Centro Histórico, refleja una segmentación de la ciudad donde lo importante y atractivo, lo digno de tomar en cuenta, no incluye edificios o soportes más allá de los dos núcleos destinados fundamentalmente a las actividades compatibles con el turismo.



MUSEO DE ANTROPOLOGÍA PALACIO CANTON

# Eje Paseo de Montejo que incluye varios símbolos urbanos seleccionados por los entrevistados de la Plaza Grande y Plaza Dorada

Paseo de Montejo, Mérida, Yucatán

Página 1 de 2



## El Paseo

- 1 Torre Banorte
- 2 Monumento a la Patria
- 3 Casa De Regil
- 4 Monumento a Justo Sierra
- 5 Casa Medina
- 6 Monumento a Felipe Carrillo Puerto
- 7 Casas Cámara
- 8 Museo de Antropología e Historia
- 9 Remate del Paseo Montejo



Ver mapa del centro de la ciudad

Ver sitios de los alrededores en la ciudad

Esta amplia avenida fue construida en homenaje al fundador de la ciudad de Mérida, Francisco de Montejo y León. En 1904, fue inaugurado parcialmente y en 1906 se colocó la primera estatua, en honor a Justo Sierra O'Reilly, que marcaba el final de la Avenida. En 1925 se levantó la estatua de Felipe Carrillo Puerto. En 1916, se intentó prolongar el Paseo hacia el Sur, para unirlo con la zona comercial de la capital. Sin embargo, sólo se pudo desalojar una manzana contigua al inicio de esa Avenida (el 5 de enero de 1995 se inauguró en ese lote "El Remate"). Desde entonces ha tenido diversas



1 2 3 4 5 6 7

En ese tramo se hizo un glorieto más, el Club Campestre, adornada con una fuente.

<http://www.cityview.com.mx/merida/ciudad/pmontejo.htm>

14/11/00

Fuente: <http://www.cityview.com.mx/merida/pmontejo.ht>





Por otra parte, con relación a los símbolos representativos o cosas que identifican a la ciudad, las respuestas de los entrevistados en los centros comerciales arrojaron un conjunto de 22 soportes urbanos. De dicho conjunto seleccioné los que ocupan las siete primeras posiciones.

Con excepción del Zoológico del Centenario y las plazas comerciales, los restantes símbolos urbanos ya han sido descritos. El Centenario es desde su inauguración en 1910 el principal parque zoológico de la ciudad. Se localiza en el extremo poniente del centro histórico, aunque ahora sus dimensiones resultan modestas, ha sido durante cerca de un siglo nuestro pequeño Chapultepec, visitado por familias de todos los sectores sociales.

Como se aprecia, esta relación -con pocas excepciones- no difiere mucho de la obtenida en el caso de la columna de actores de la Plaza Grande. Esta relativa homogeneidad en cuanto a la selección de los hitos urbanos de Mérida, resulta significativa, sobre todo porque se trata de grupos que, como demostré al explicar el perfil de los dos colectivos estudiados, pertenecen a diferentes niveles socioeconómicos y en general residen en distritos urbanos separados.

A pesar de lo anterior parece que la influencia de los factores que intervienen en la construcción de las imágenes representativas de la ciudad: el turismo, la prensa, la televisión; funcionan como filtros que reducen la importancia de las diferencias sociales y permiten una relativa homogeneidad en cuanto a la representación de los símbolos meridianos. Sin embargo, conviene aclarar que la homogeneidad es relativa, ya que aunque los objetos urbanos son similares, existen diferencias en cuanto al orden de importancia que les asignan cada uno de los grupos entrevistados.

La Catedral, seleccionada en primer lugar por los usuarios del centro comercial con el 17.9% de los casos, aparece en segunda posición entre los visitantes de la plaza pública con el 16.1%. El Paseo de Montejo, segunda

preferencia del primer grupo con el 17.2%, está en quinta posición entre los de la Plaza Grande con el 6.3%.

La Plaza Grande o Principal, escogida en tercer sitio con el 14.9% por las personas de la plaza comercial, ocupa la primera posición con el 32.1%, en el colectivo de la plaza pública. Este último porcentaje supera en más del doble al primero.

El Monumento a la Patria ocupa el cuarto sitio en orden de preferencia entre las personas del centro comercial, y el tercero entre los entrevistados de la plaza pública, aunque en ambos grupos los porcentajes son muy similares: 11.9% y 11.1% respectivamente.

Los entrevistados de Plaza Dorada seleccionaron en quinto lugar con el 8.2% al Museo de Antropología, este imponente edificio de estilo francés, alberga la colección arqueológica más importante de la cultura maya de Mérida. Entre los entrevistados de la Plaza Grande el museo aparece como séptima preferencia con el 4.5%. Propongo que la mayor importancia que atribuye el primer grupo al Palacio Cantón puede ser resultado de sus características arquitectónicas y sus funciones simbólicas al reunir valiosos objetos históricos y culturales. También puede expresar, en cierta forma, el deseo del grupo por mostrar una imagen de personas sensibles e interesadas en el arte y el conocimiento.

Los dos símbolos elegidos en los lugares sexto y séptimo por los entrevistados de Plaza Dorada: los centros comerciales y el zoológico del Centenario, no fueron considerados por las personas de la plaza pública, quienes optaron por los Palacios de Gobierno y Municipal para dichas posiciones. Cabe mencionar que ni el parque zoológico ni los centros comerciales reciben la misma importancia que las de los otros atractivos que ocupan los primeros lugares como emblemas. Sin embargo, tienen difusión. Los arcos que distinguen al zoológico aparecen en postales turísticas y en varias paginas de internet del Gobierno del Estado, el Ayuntamiento meridano y de

Cityview. En éstas también se incluyen imágenes de la Gran Plaza como ejemplo de los modernos centros comerciales de la ciudad.

Resulta interesante señalar que los centros comerciales, símbolos de la modernidad urbana, se ubican en sexta posición, por encima de lugares tradicionales como el parque zoológico. E incluso de edificios históricos como el Palacio Municipal, el Palacio de Gobierno y la Casa de Montejo; que no fueron seleccionados entre los primeros lugares por los entrevistados de la plaza comercial. Esto refleja que para los actores que acuden a los centros comerciales éstos han logrado modificar sus concepciones asociadas a lo que debe considerarse representativo de su ciudad. Tales establecimientos poseen ya un estatus que les permite formar parte del acervo de sus imágenes urbanas.

Por otro lado, a pesar de la escasa variedad en cuanto a los símbolos urbanos, se presentan importantes diferencias en cuanto a la importancia que les asignan los entrevistados. Si analizamos la localización de los objetos urbanos seleccionados por los entrevistados en la plaza comercial, se observa que se concentran también en los dos ejes que encontré entre los visitantes de la plaza pública. El primero tiene como epicentro la Plaza Grande que aloja dos soportes: Catedral y Plaza Grande; este núcleo reúne el 32.8% de las preferencias. El segundo eje es el Paseo de Montejo, avenida que es sede de tres símbolos de Mérida: el Paseo de Montejo, el Monumento a la Patria, y el Museo de Antropología Palacio Cantón, este eje concentra el 37.3% de los objetos urbanos.

Los entrevistados del centro comercial incluyeron dos objetos urbanos: el zoológico del Centenario, localizado a un kilómetro en dirección poniente de la Plaza Principal y los centros comerciales ubicados en diversas partes de los distritos urbanos I, II y VII, que no forman parte de los dos ejes anteriores.

Entre los actores de la Plaza Grande, el núcleo central concentra la 67% de los objetos urbanos representativos de Mérida, esta cifra rebasa en más del doble al 32.8% que encontré entre el colectivo del centro comercial.

La mayor representación de la zona central como sede de los principales emblemas meridianos en el primer grupo, implica, como es de esperar una menor proporción del eje Paseo de Montejo. Éste concentra el 22.4% de los objetos representativos de Mérida, proporción más reducida que el 37.3% registrada entre los encuestados de la plaza comercial.

Las diferencias en cuanto a la importancia de cada uno de los ejes concentradores de los principales objetos representativos de Mérida la explico como resultado de la relación que establecen los pobladores con ellos. Los que utilizan en forma cotidiana ciertos lugares como la Plaza Grande, pueden llegar a establecer vínculos afectivos con estas “regiones” (ver Giddens, A. Op. Cit), que pasan a formar parte del escenario de sus prácticas cotidianas. Si dicha “región” es un eje privilegiado en cuanto a la localización de edificios y soportes histórico monumentales, el entorno y el entornado del lugar pueden llegar a ser semiotizados –conocidos- y simbolizados -cargados de significado- (Mandoki, K. Op. Cit: 201), por sus usuarios, quienes los consideran como parte de sus imágenes urbanas. Propongo que este parece ser el caso de los usuarios de la Plaza Grande quienes dan menor importancia a los objetos urbanos del eje Paseo de Montejo.

En cambio, los entrevistados del centro comercial, menos familiarizados con el eje de la zona central, seleccionan sus principales emblemas urbanos en proporciones similares entre los dos ejes. Además, incluyen objetos urbanos fuera de éstos como son el zoológico y las plazas comerciales. Aunque ubicadas en sexta posición la selección de éstas refleja la importancia que han adquirido en poco menos de dos décadas entre ciertos sectores de la población meridana, quienes las utilizan como elementos distintivos y emblemáticos de su ciudad.

Con lo anterior concluyo que las imágenes sobre los símbolos meridianos están influidas por los discursos de diversos agentes entre los que destacan los de las autoridades del gobierno municipal, estatal, periodistas, antropólogos,

historiadores, artistas, personas relacionadas con el turismo, entre otros. Pero no dejan de estar influidas por la relación que establecen los agentes con su ciudad a través de sus prácticas urbanas, de usar, vivir e imaginar los lugares.



IMAGEN DEL PASEO DE MONTEJO



MONUMENTO A LA BANDERA

## Conclusiones generales

En esta investigación me propuse el estudio de las prácticas y representaciones urbanas de los actores que llevan a cabo en dos espacios públicos de Mérida: la Plaza Grande y un centro comercial. Traté de explicar en forma comparativa las funciones, características, usos y actores; los perfiles sociales de éstos, sus motivos para usarlos y sus imaginarios urbanos sobre ellos mismos, los otros actores, los lugares y los símbolos meridianos. Intenté descubrir la lógica detrás de los imaginarios para conocer si éstos motivan prácticas urbanas particulares, entendidas como formas de relacionamiento de los actores con ciertos espacios públicos. Y al mismo tiempo indagar cómo la organización, funcionamiento y transformaciones del espacio urbano en su escala más amplia influyen en sus usos y las imágenes sobre la ciudad.

La información y su análisis presentados en los capítulos anteriores me permiten plantear un conjunto de reflexiones que considero me aproximan a la explicación de las preguntas e hipótesis planteadas. Las conclusiones generales que obtuve son las siguientes:

La convergencia de múltiples factores entre los que destacan los de tipo demográfico, económico, político, la disponibilidad de suelo urbano y de las políticas instrumentadas para utilizarlo; modificaron la estructura urbana que hasta 1970 organizaba la ciudad de Mérida. Dicha transformación dio lugar a una configuración espacial cada vez más segmentada y polarizada socialmente, con un patrón que se puede caracterizar como norte más desarrollado y sur menos desarrollado, expresado a diferentes escalas. Esto llevó a la especialización de ciertas zonas que adquirieron funciones de subcentros urbanos deslocalizados en torno a los centros comerciales. La

construcción de éstos en los distritos del norte de Mérida, favoreció la constitución de importantes concentraciones comerciales y de servicios e incrementó la diferenciación y segmentación del espacio urbano.

La diferenciación y segmentación se observa en el uso de los espacios públicos. A partir de la exposición de las funciones, usos, rutinas y percepciones de los visitantes de la Plaza Principal y de Plaza Dorada, planteo que existe una clara diferencia en cuanto al tipo de pobladores que utilizan cada lugar. Comparando los resultados de las encuestas aplicadas en la plaza pública y el centro comercial, encontré que existe una tendencia en cada uno de los colectivos en preferir como sede de sus prácticas urbanas el sitio donde fueron entrevistados. Por lo general, éstos tienen mejores imágenes y opiniones sobre las condiciones, características, actividades, ambientes y principalmente sobre el tipo de personas que visitan el lugar a donde ellos van. Los del centro comercial se sienten más identificados con éste y los de la plaza pública con ésta.

De esta forma, propongo que los diferentes espacios públicos se usan generalmente -no exclusivamente- por grupos sociales que comparten en forma relativa variables sociodemográficas, socioeconómicas y culturales y existe correspondencia entre éstas y la localización de los grupos sociales en determinados distritos urbanos de Mérida. Esto resulta particularmente claro en el uso del espacio urbano a través de prácticas autosegregacionistas de los pobladores de mayores ingresos, quienes prefieren utilizar aquellos soportes donde se sienten bien recibidos y aceptados y entre “gente como ellos”. Los centros comerciales, como nuevas formas urbanas de espacios públicos permiten a sus actores una forma diferente de relacionarse con la ciudad, evitando los distritos ubicados en las porciones sur, oriente, poniente y central y los lugares públicos tradicionales -como la Plaza Grande-, donde confluyen grupos sociales heterogéneos. Lo que se presenta como autosegregación

clasista entre los sectores medios y altos, opera como exclusión para los sectores urbanos que residen en los distritos del oriente, poniente, y sur de Mérida; quienes por su reducida capacidad económica y la localización distante de los centros comerciales no los visitan o lo hacen de manera poco frecuente.

La relación actor-ciudad referida particularmente a los espacios públicos involucra elementos cognitivos, evaluativos, perceptivos, valorativos, afectivos, emotivos y prácticas empíricas. A través de sus experiencias en dichos espacios los actores los apropian en forma material y simbólica, lo que permite la posibilidad de compartirlos y reconocerlos. Este reconocimiento incluye imágenes y representaciones que expresan su autopercepción y la percepción de los otros actores que los utilizan, que pueden influir en los usos o desusos de estos lugares. El uso frecuente y cotidiano de la plaza pública tradicional o el centro comercial como sede de innumerables rutinas y prácticas urbanas, permite la construcción del sentido de lugar expresado a través de la identificación de los usuarios con éstos. Lo anterior, corrobora la propuesta de Maurice Halbwachs de que los grupos sociales no sólo transforman los espacios donde se insertan, en el sentido de que son sedes de sus prácticas urbanas cotidianas, sino que también ceden y se adaptan a su medio ambiente físico y acaban encerrados en los espacios que ellos mismos construyen. Las imágenes que tienen los grupos del ambiente que los rodea, resultan fundamentales para las ideas que se forman de sí mismos y penetran cada elemento de su conciencia (1990: 13).

El estudio de las prácticas urbanas de los visitantes de Plaza Dorada y de sus imágenes urbanas, permite concluir que debemos dejar de considerar a estos espacios como parte de los “*no lugares*” propuestos por Marc Augé (Op. Cit). Concebirlos así es reducir su función a simples establecimientos de circulación de mercancías. Por el contrario, propongo analizarlos dentro del



contexto de transformaciones del capitalismo tardío, que tiene como eje la cultura del consumo que modifica las realidades y significados de dichos lugares que se ofrecen como alternativas de espacios públicos. La atracción que ejercen las plazas comerciales en decenas de miles de meridianos no es resultado solamente de su diseño o características; es también producto de la pluralidad de formas como la viven e integran a su repertorio de prácticas urbanas sus usuarios. Es en este contexto que pueden llegar a construir su propia “historia”, reuniendo simulacros de espacio público, de cultura urbana y fabricando representaciones, imágenes y experiencias.

Lo anterior puede conducir a sus usuarios a elaborar percepciones fragmentadas de la ciudad, de la vida urbana y de sus pobladores. A la construcción de imágenes estereotipadas sobre los espacios públicos de la ciudad como inseguros, inadecuados, con cierto tipo predominante de actores o ambientes y por ello poco atractivos; a partir del sesgo geográfico, resultado de una relación actor-ciudad que no refleja la riqueza y complejidad de la urbe donde habita. Y esto es válido tanto para los pobladores que utilizan como sede privilegiada de sus prácticas urbanas el centro comercial o la plaza pública.

Por otra parte, las imágenes que forman el acervo de los imaginarios urbanos no se limitan sólo a los objetos espaciales con los que los actores establecen relación física vía prácticas urbanas. También son resultado de diversos factores entre los que intervienen la literatura, la música, la información que en forma de noticias difunden los medios masivos de comunicación -prensa, radio y televisión-; la conversación informal, la iconografía turística, etc.; por tanto, también pueden generarse a pesar de una escasa utilización de los establecimientos o lugares. Debido a su importancia cultural e histórica, reforzada por el discurso de la prensa local, la Plaza Grande meridana todavía es considerada espacio representativo, símbolo

urbano por excelencia y sitio que distingue a la ciudad. No obstante, que gran parte de los entrevistados de la plaza comercial acuden muy poco al área del Centro Histórico que la rodea, la ubican como uno de los símbolos o emblemas de su ciudad, aunque muy por debajo de la importancia que le asignan los entrevistados de la plaza pública.

Los objetos seleccionados como principales símbolos urbanos de Mérida, por los entrevistados de los lugares estudiados, muestra que en materia de emblemas identificatorios los meridianos son poco originales en su elaboración, situación que coincide con la encontrada por Silva para el caso bogotano (Op. Cit: 167). Además este tipo de imágenes urbanas está claramente influido por el discurso turístico, las noticias y reportajes de la prensa o la historia oficial de la ciudad. La selección de los sitios, vialidades o monumentos; concentrados en dos ejes o núcleos urbanos muestra que las imágenes sociales asociadas a los lugares representativos o más importantes de Mérida, segmentan claramente el espacio meridano en eje norte a lo largo del Paseo de Montejo y eje central, con epicentro en la Plaza Grande.

A pesar del diferente posicionamiento de los actores en la estructura social y de su localización en el espacio urbano encontré una relativa homogeneidad en cuanto a la selección de los hitos urbanos de Mérida. Sin embargo, la importancia que cada grupo de entrevistados asigna a los mencionados ejes, como sedes de los símbolos urbanos, varía notablemente. Los que acuden a la Plaza Grande prefieren los objetos urbanos que están en este eje, en proporciones que rebasan por el doble de las de los entrevistados del centro comercial.

Los usuarios del centro comercial distribuyeron sus símbolos meridianos en proporción similar entre los ejes de Paseo de Montejo, Plaza Grande e incluyeron un nuevo eje conformado por los centros comerciales, y a éstos como parte del conjunto de nuevos símbolos de su ciudad. La selección de

éstos establecimientos como elementos significativos de Mérida, permite apreciar como los cambios que se presentan en la estructura urbana están siendo asimilados en las representaciones de la ciudad entre ciertos sectores de la población.

A través del estudio de los actores de dos espacios públicos meridianos: propongo que sus imaginarios urbanos pueden entenderse como construcciones sociales e históricas complejas que involucran componentes de naturaleza histórica, afectiva, valorativa, espacial, relacional, cultural, etc. Estos imaginarios integran imágenes sobre las funciones, cualidades, ambientes, usos y actores de dichos lugares que aunque son colectivas no son totalmente homogéneas. Como construcciones sociales los imaginarios son resultado de varios factores en los que intervienen de manera importante los discursos y mensajes que transmiten libros, revistas, periódicos, radio y televisión, etc. Pero también se alimentan de la experiencia directa, las vivencias y relaciones que establecen los actores a través de los usos y prácticas cotidianas que llevan a cabo en determinados espacios urbanos y éstas permiten la construcción de sentimientos de arraigo o desarraigo.

El acervo cultural integrado por las imágenes e imaginarios urbanos de los actores estudiados está en constante construcción y transformación porque el espacio físico que los alimenta también cambia. Y porque están influidos por la dinámica de los procesos económicos, sociales, culturales, demográficos y políticos que he revisado. Las prácticas urbanas, las experiencias indirectas y la influencia de medios e instituciones que intervienen en la construcción de las representaciones de la ciudad, aparecen enmarcadas dentro de un sistema de relaciones de poder que segregan a los grupos sociales, segmentan el espacio, coadyuvan al mantenimiento del orden y control social y generan imaginarios urbanos diferentes en los distintos grupos sociales. Así, no debe sorprender que la ciudad se use e imagine en

forma diferenciada, pero debemos aclarar que si hemos llegado a esto, antes fue necesaria la presencia de una clara división social, cultural y espacial entre sus habitantes, que tiene correlatos en sus comportamientos asociados al uso de los espacios públicos.

Considero haber corroborado las propuestas de quienes plantean que las imágenes compartidas culturalmente funcionan para diferentes propósitos: como un conjunto normativo para orientar las acciones e interacciones de los pobladores (Rapoport, A. 1982: 16), para regular el uso de los espacios y las formas adecuadas de apropiarse de él (Hall, E. 1989). Y, en suma, para que los actores colectivos se puedan ubicar espacial y socialmente, construyendo el sentido de seguridad ontológica que propone Anthony Giddens (Op. Cit).

Finalmente, propongo que uno de los ámbitos privilegiados para estudiar las relaciones entre el espacio urbano, las prácticas de los actores y sus representaciones e imaginarios son los espacios públicos. Es necesario continuar con investigaciones como la que he propuesto para profundizar en la discusión relativa al fin del espacio público y al abandono de la vida pública. ¿Estamos frente a esta realidad o debemos entenderla como expresión de los procesos de ambigüedad de las fronteras entre lo público y lo privado de los espacios urbanos? ¿Dejan de existir los espacios públicos tradicionales como las plazas centrales y las alamedas o presentan transformaciones en cuanto al tipo de actores que las utilizan? ¿Es la segmentación del espacio urbano un proceso inédito, que apenas ahora estamos encontrando, o un fenómeno inherente a las ciudades latinoamericanas, presente desde su fundación pero con otras particularidades? Frente a las transformaciones de la vida urbana y sus espacios los investigadores estamos obligados a reformular nuestras categorías y formas de abordaje para comprenderlas y continuar con el debate.

## LIBROS Y ARTICULOS CITADOS

Aguilar Díaz, Miguel (1990). "*Vida cotidiana y crisis*", en **Ciudades** No. 7, jul-sept., RNIU, Ciudad de México, pp. 2-7.

----- (1993). "*La calle, el viaje y la mirada*", en **La Jornada Semanal** No. 192, 14 de febrero de 1993, Ciudad de México, pp. 21-25.

----- (1995). "*La cultura urbana como descubrimiento del lugar*", en **Ciudades** No. 27, jul-sept., RNIU, Ciudad de México, pp. 51-55.

----- (1998). "*Espacio público y prensa urbana*", en Néstor García Canclini, (coord.), **Cultura y comunicación en la Ciudad de México. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios**. Segunda parte. UAM-I/GRUJALBO, Ciudad de México, pp. 85-125.

----- (2001). "*Metrópolis, lugares y sentidos*", en **Ciudades** No. 49, enero-marzo, RNIU, Ciudad de México, pp. 21-26.

Aguilar Nery, Jesús (1999). "*Entradas a una etnografía de las imágenes de Tijuana en los años noventa*", en **Estudios Sociológicos**, Vol. XVII, núm. 49, enero-abril, 1999, COLMEX., Ciudad de México, pp. 193-214.

Aledo Tur, Antonio (1999). *Significado cultural de la plaza hispanoamericana. El ejemplo de la Plaza Mayor de Mérida*, en **Temas Antropológicos** FCA/UADY, Vol 21 No. 2, Mérida, pp. 227-247.

Alezard Ostermann, Erica (1996). "*Imagem Urbana: Percepção e Devaneio*", en Pinheiro Machado D. y E. Mendes De Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação**. PROURN/FAU-UF RJ. Rio de Janeiro. pp. 157-164.

Alonzo Aguilar, Alfredo (1993). "*El desarrollo urbano de Mérida: ese oscuro objeto de la planificación*", en M. Peraza Guzmán (coord), **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp. 229-274.

Alonso, J. M. Bazdresch, R. Fuentes et. al. (1998). "*Del aprendizaje y de la enseñanza de la metodología. Conversación entre investigadores*", en Mejía, R. y A. Sandoval (coord). **Tras las vetas de la investigación cualitativa, perspectivas y acercamientos desde la práctica**. ITESO, Guadalajara, pp. 218-247.

Álvarez, J. (Editor) (1988). **Enciclopedia de México**, Tomo IX, Ed. Enciclopedia de México/SEP, Ciudad de México.

Amerlinck, Mari-José y Fernando Bontempo (1994). **El entorno construido y la antropología: introducción a su estudio interdisciplinar**. CIESAS, Ciudad de México.

- Ancona, Eligio (1978). **Historia de Yucatán**, Imprenta Miguel Heredia, Mérida.
- Annick, Germain y Mario Polese (1996). "*La ecología humana de Puebla: un ensayo de geografía residencial*", en Salvador Pérez y Mario Polese (Comps). **Modelos de análisis y de planificación urbana. Estudios sobre la evolución y tendencias de la ciudad de Puebla**, Plaza y Valdez-UAP-Villes et Developpment, Puebla, pp. 88-111.
- Appadurai, Arjun (Editor) (1991). **La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías**. Ed. CNCA-GRIJALBO, Ciudad de México.
- Asociación de Trabajo Interdisciplinario (1998). **Dinámica socio-cultural del Barrio 20 de Julio durante los días domingos**, Cuadernos del Observatorio de Cultura Urbana, IDC y T, Santafé de Bogotá.
- Augé, Marc (1992). **Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad**. Gedisa, Barcelona.
- (1998). **El viaje imposible. El turismo y sus imágenes**. Gedisa, Barcelona.
- (1998b). **Las formas del olvido**, Gedisa, Barcelona.
- Ayús Reyes, Ramfis (1997). **La aventura antropológica, cultura, poder, economía, y lenguaje. Ensayos de iniciación**. Universidad de Tabasco-FCE, Ciudad de México.
- Bachelard, Maurice (1975). **La Poética del Espacio**. FCE. Ciudad de México.
- Bailly, Antoine (1979). **La percepción del espacio urbano. Conceptos, métodos de estudio y su utilización en la investigación urbanística**, IEAL, Madrid.
- BANOBRAS (1990). "*Mérida, ciudad media en expansión sostenida*", en **Federalismo y Desarrollo**, Ciudad de México, pp. 36-77.
- Barbosa, Mario y Helena Pérez Niño (1998). **Los viejos de la plazoleta del Rosario de Bogotá: Símbolos de una Bogotá que ya no existe**. Observatorio de Cultura Urbana, Santafé de Bogotá.
- Baudrillard, J. (1995). **El sistema de los objetos**. Edit. Siglo XXI, Ciudad de México.
- (1995). **De la seducción**. Ediciones Cátedra, Madrid.
- Barceló Pech, Alberto (1997). **La Plaza Principal de Mérida: espacio y actores sociales**, tesis de licenciatura en Ciencias Antropológicas, especialidad Antropología Social, FCA/UADY, Mérida.

Bestor, Theodore (1993). *"Rediscovering shitamachi: subculture class, and Tokyo's "tradiditional" urbanism"*, en Rotemberg, R. y G. Mcdonough (Edit), **The cultural meaning of urban space**, Bergin and Garvey, Wesport, pp. 47-60.

Bolio Osés, Jorge (1991). *"Mérida: evolución reciente"*, en **Mérida ciudad sin límites**, Gaceta Universitaria APAUADY No. 11, Mérida, pp. 6-11.

----- (1992). *"Mérida una década de políticas urbanas (1980-1990)"*, en Luis Vázquez (coord), **Quinientos años de contactos indoibéricos, memorias del encuentro**, UADY, Mérida, pp. 197-205.

----- (1993). *"Mérida y su centro histórico, una relación conflictiva"*, en M. Peraza Guzmán (Coord), **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp.157-168.

Bourdieu, Pierre (1996). **Cosas Dichas**, Gedisa, Barcelona. 1987.

Braudel, Fernand (1990).**La Dinámica del Capitalismo**, Ed. FCE, Ciudad de México.

Brunetti, Vicente y Stella Maris Romero (1987). *"Los elementos que componen la imagen de la ciudad en el niño"* en Carrión, Diego y Ana Vainstoc (Comps). **La ciudad y los niños en América Latina**, CIUDAD, Quito, pp. 167-186.

Burgos Villanueva, Rafael (1995). **El Olimpo. Un predio colonial en el lado poniente de la Plaza Mayor de Mérida, Yucatán y análisis cerámico comparativo**. INAH, Ciudad de México.

Bussiere, Yves, Ron Rice y Robert Chapleau (1996). *"La demanda de transporte urbano: análisis comparativo de Marrakech y de Puebla"*, en Salvador Pérez y Mario Polese (Comps). **Modelos de análisis y de planificación urbana. Estudios sobre la evolución y tendencias de la ciudad de Puebla**. Plaza y Valdez-UAP-Villes et Developpment, Puebla, pp. 112-135.

Cantral, Ralph (1975). **The morphological evolution of Merida, Yucatan**. Tesis de Master of Arts, Western Illinois University.

Cámara Zavala, Gonzalo (1948). **Catálogo Histórico de Mérida**, s/e Mérida.

Cerasi, Maurice (1990). **El espacio colectivo de la ciudad. Construcción y disolución del sistema público en la arquitectura de la ciudad moderna**, Edit. Oikos-Tau, Barcelona.

Castells, Manuel. (1986). **La ciudad y las masas**, Alianza Editorial, Barcelona.

Castoriadis, Cornelius (1982). **La institución imaginaria de la sociedad**, Edit. Amorrortu, Buenos Aires.

Cetina Sierra, José A. (1982). **Crónica CDXL Aniversario Fundación de Mérida 1542**, Ediciones del Ayuntamiento de Mérida, Mérida.

----- (1986). **Apuntaciones para la historia legislativa del municipio de Mérida**, Mérida.

Cooper, Matthew (1993). "*Acess to the waterfront: transformation of meaning on the Toronto Lakeshore*", en Rotemberg, R. y G. McDonough (Edit). **The cultural meaning of urban space**, (Op. Cit). pp. 157-172.

Corporación Centro de Estudios, Investigación y Comunicación Social (1998). **El Cruce, Usos y comportamiento ciudadano en el espacio público**, Cuadernos del Observatorio de Cultura Urbana-IDC y T., Santa Fe de Bogotá.

Chueca Goitia, Fernando (1986). **Breve historia del urbanismo**, Alianza, editorial, Madrid.

De La Torre, Renée (1998). "*Guadalajara vista desde la calzada: fronteras culturales e imaginarios urbanos*", en **Alteridades** Año 8, No. 15 DCSyH/UAM-I. Ciudad de México, pp. 45-55.

Delgado, Javier (1988). "*La estructura segregada de la Ciudad de México: 1970-1986*", en Benítez C. y J. Benigno (Coords.), **Grandes problemas de la Ciudad de México**, Eds. Plaza y Valdés, DDF-IPN, Ciudad de México, pp. 185-211.

Delgado, Manuel (1999). **El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos**. Anagrama, Barcelona.

Durand, Gilbert (1981). **Las estructuras antropológicas del imaginario**. Taurus, Madrid.

----- (1994). **L'imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l'image**. Ed. Haïter, Paris.

Eliade, Mircea (1999). **Imágenes y símbolos**. Editorial Taurus, Madrid (1955).

Espadas Medina, Aercel (1993). "*La traza borbónica última virreinal, primera modernización*", en M. Peraza Guzmán (Coord). **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp. 45-88.

Farris, Nancy (1992). **La sociedad maya bajo el dominio colonial**, Alianza, Editorial, Madrid.

Fay Brown, Denise (1998). "*El paisaje cultural*". Una plática preparada para la sección de ecología humana del CINVESTAV, Mérida, (inédita).

Fessler Vaz, Lilian (1996). "*Apresentação*" en Pinheiro Machado D. y E. Mendes de Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação**. (Op. Cit). pp. 97-99.



Fiori Arantes, Otilia (1996). "*Da Cidade como Lugar a Cidade como Nao Lugar*", en Pinheiro Machado D. y E. Mendes de Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação. (Op. Cit).** pp. 50-54.

Flores González, Sergio (1993). **Estructura territorial en la zona metropolitana de la Ciudad de Puebla**, UNAM-SMP-BUAP, Ciudad de México.

Fourquet, Francois y Lion Murard (1978). **Los equipamientos del Poder. Ciudades, territorios y equipamientos colectivos**, Gustavo Gili, Barcelona.

Fuentes Gómez, José (1990). "*Urbanización en Mérida*", en **Ciudades** No. 6, abril-junio, RNIU, Ciudad de México, pp. 49-53.

----- (1992). "*Del campo a la ciudad: el caso de los inmigrantes asentados en la zona sur de Mérida, Yucatán*", en **Vivienda**, Nueva época, Vol. III, No. 3, INFONAVIT, Ciudad de México, pp. 15-35.

----- (1993). "*Mérida: ¿ciudad media o metrópoli regional del sureste*", en M. Estrada et. al. (Comps) **Antropología y ciudad**, CIESAS-UAM-IZTAPALAPA, Ciudad de México, pp. 231-246.

----- (1996). "*La relación mujer(es)-ciudad(es) en la investigación urbana: un binomio escasamente explorado*". Trabajo entregado al Seminario de Teoría y Metodología, V Módulo, Doctorado en Ciencias Sociales, Área de Concentración Sociedad y Territorio, UAM-X, Ciudad de México, Inédito.

----- (2000). "*Imágenes e imaginarios urbanos: su utilización en los estudios de las ciudades*", en **Ciudades**, No. 46, RNIU, Ciudad de México, pp. 3-10.

Fuentes Gómez, José y Magnolia Rosado Lugo (1993). "*La invención y evolución de Mérida: siglos XVI, XVII y XVIII*", en M. Peraza Guzmán (Coord), **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp. 17-44.

----- (1994). "*Local tourism and urban problems on the North Coast of Yucatán, México*", en P.G. Wells and P. Ricketts (eds.) **Coastal Zone Canada '94 Cooperation in the Coastal Zone**, Vol. I. Conference Preceedings, Halifax, pp. 391-398.

----- (1996). "*Turismo local, espacio costero y problemas urbanos en Yucatán*", en **Anuario de Estudios Urbanos** No. 3, UAM-A, Ciudad de México, pp. 161-180.

----- (2001). "*Usos, usuarios e imaginarios*", en **Ciudades**, No.49, enero-marzo, RNIU, Ciudad de México, pp. 46-51.

García Canclini, Néstor y Patricia Safa (1989). **Tijuana, la casa de toda la gente**, INAH-ENAH/ Programa Cultural de las Fronteras/UAM-I/ CONACULTA, Ciudad de México.

García Canclini, Néstor (1992). *"Escenas sin territorio: cultura de los migrantes e identidades en transición"*, en **Decadencia y auge de las identidades. Cultura Nacional, identidad cultural y modernización**, El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, pp. 119-131.

----- (1994). *"La desintegración de la ciudad de México y el debate sobre culturas urbanas"*, en García Canclini, N, et. al. **De lo local a lo global. Perspectivas desde la antropología**, UAM-I, Ciudad de México, pp. 15-38.

----- (1995). **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización**. Grijalbo, Ciudad de México.

García Canclini, N. Alejandro Castellanos y Ana Rosas Mantecón (1996). **La ciudad de los viajeros. Travesías e imaginarios urbanos: México, 1940-2000**. UAM-1/GRIJALBO, Ciudad de México.

García Canclini, Néstor, (Coord) (1998). **Cultura y Comunicación en la Ciudad de México. Modernidad y multiculturalidad: la Ciudad de México a fin de siglo** (Primera parte) y **La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios** (Segunda parte), UAM-I./GRIJALBO, Ciudad de México.

García de Fuentes, Ana (1993). *"Comercio, modernización y procesos territoriales. El caso de Mérida, Yucatán"*, en **Problemas del desarrollo** Vol. XXIV. Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM, Ciudad de México, pp. 133-163.

García de Fuentes, Ana y Jorge Morales (1995). *"La industrialización en Yucatán (1970-1993)"*, en M. Peraza Guzmán (Coord), **Procesos territoriales de Yucatán**, Facultad de Arquitectura-UADY, Mérida, pp. 153-177.

García de Fuentes, Ana y Lucía Tello Peón (1993). *"Mérida: impactos recientes de las políticas estatales en el crecimiento urbano"*, en **Ciudades**, No. 18, RNIU, Ciudad de México, pp. 56-60.

----- (1993b). *"Crecimiento contra desarrollo en Mérida 1970-1990"*, en M. Peraza Guzmán (Coord), **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp. 69-200.

----- (1995). *"La expansión urbana de Mérida 1970-1993"*, en J.L. Calva (Coord), **Desarrollo Regional y Urbano. Tendencias y Alternativas**, Tomo 1, Centro Universitario de Ciencias Sociales-Instituto de Geografía-UNAM-Ed. Juan Pablos, Ciudad de México, pp.199-217.

García de Fuentes, F. Dickinsón y S. Perez (1998). Reporte de Investigación entregado a la sección de Ecología Humana del CINVESTAV, Mérida, Inédito.

Geraiges de Lemos, Amalia Ines (s/f). "*Las nuevas catedrales del consumo: los shopping centres de las metrópolis latinoamericanas*", en **Memorias del Congreso Grandes Metrópolis de África y de América Latina. Equipamientos Urbanos y Prácticas Culturales**, GDR 26-CNRS, Réseau Amérique Latine, Université de Toulouse-le Mirail, (Disquete).

Giddens, Anthony (1984). **La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración**, Amorrortu, Buenos Aires, (1995).

González Martínez, Luis (1998). "*La sistematización y el análisis de los datos cualitativos*", en Mejía, R. y A. Sandoval (coord.) **Tras las vetas de la investigación cualitativa, perspectivas y acercamientos desde la práctica**. ITESO, Guadalajara, pp. 156-173.

Gormsen, Erdmann y Rainer Klein-Lupke (s/f). "*La plaza comercial en América Latina, un nuevo concepto de metropolización*", en **Memorias del Congreso Grandes Metrópolis de África y de América Latina. Equipamientos Urbanos y Prácticas Culturales**, (Op. Cit).

Goueset, Vincent (1997). "*Impacto territorial y globalización en Mérida*" en **Ciudades**, No 34, abril-junio, RNIU, Ciudad de México, pp. 23-32.

Halbwachs, Maurice (1990). "*Espacio y memoria colectiva*", en **Estudios sobre culturas contemporáneas**, Vol III / Nos. 8 y 9. Universidad de Colima. Pp. 11-40.

Hall, Edward (1973). **La dimensión oculta. Enfoque antropológico del uso del espacio**. Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid.

Hannerz, Ulf (1986). **Exploración de la Ciudad**. FCE, Ciudad de México.

Hiernaux Nicolas, Daniel (1995). "*Hacia nuevos patrones de estructura urbana: de viejas y nuevas formas*", en **Papeles de población** Nos. 5-6, CIEP-UAEM, Toluca. pp. 20-35.

————— (1995b). "*Tiempo, espacio y apropiación social del territorio: ¿Hacia la fragmentación en la mundialización?*", en **Diseño y Sociedad**, No. 5/95 primavera, CIAD/UAM-X. Ciudad de México, pp. 12-21.

Joseph, Isaac. (1988). **El transeúnte y el espacio urbano. Ensayo sobre la dispersión del espacio público**. Gedisa, Buenos Aires. 1984.

Lacarrière, Mónica (1998). "*El dilema de lo local y la producción social de la feudalización*", en **Alteridades** Año 8, No. 15, DCSyH/UAM-I. Ciudad de México, pp 7-23.

Lechner, Norbert (1983). "*Notas sobre la vida cotidiana*", Material de discusión Nos. 50 y 53. FLACSO, Santiago de Chile.

Lipovetsky, Gilles. (1986). **La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo.** Editorial Anagrama, Barcelona, 1983.

List Reyes, Mauricio (1999). *Manhattan y México. Dos áreas urbanas de encuentro gay*, en **Cuicuilco**, ENAH, Vol VI, No. 15, Ciudad de México, pp. 143-170.

Little, Jo, Linda Peake y Pat Richardson (Comps.) (1988). **Women in cities: gender and the urban environment**, Macmillan, London.

López Cogolludo, Diego (1954). **Historia de Yucatán**, Tomo I, Comisión de Historia de Campeche, Talleres Gráficos del Gobierno del Estado, Campeche.

López Levi, Liliana (1999). **Centros comerciales espacios que navegan entre la realidad y la ficción**, Editorial Nuestro Tiempo, Ciudad de México.

Low, Setha (1993). "*Cultural meaning of the plaza: the history of the spanish-american gridplan-plaza urban design*", en R. Rotenberg y G. McDonough (Edit) **The cultural meaning of urban space**, (Op. Cit). pp. 75-94.

Lynch, Kevin (Edit) (1977). **Growing up cities. Studies of the Spatial Environment of Adolescence in Cracow, Melbourne, Mexico City, Salta, Toluca, and Warszawa.** The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, and London, UNESCO, París.

----- 1985. **La imagen de la ciudad.** Anagrama, Barcelona.

Malinowsky, Bronislaw (1984). **Hacia una teoría de la cultura.** Ed. Sarpe, Altamira

Mandoki, Katia (1998). "*Desarraigo y quiebre de escalas en la Ciudad e México. Un problema de semiosis y estética urbana*", en **Anuario de Espacios Urbanos**, Ciudad de México. UAM-I. pp. 196-218.

Martin, L., L. March y M. Echenique (1975). **La estructura del espacio urbano**, Gustavo Gili, Barcelona.

McDonough, Gary (1993). "*The Geography of emptiness*" en Robert Rotenberg y Gary McDonough (Edit) **The cultural meaning of urban**, Op cit. pp. 3-16.

Mock, John (1993). "*We have always lived under the castle: historical symbols and the maintenance of meaning*", en **The cultural meaning of urban**, (Op Cit). pp. 63-74.

Molina Solís, Juan (1943). **Historia del descubrimiento y conquista de Yucatán, con una reseña de la historia de los Mayas**, 2 tomos, ediciones Mensaje, Ciudad de México.

Monnet, Jérôme (1995). **Usos e imágenes del Centro Histórico de la Ciudad de México.** DDF, Ciudad de México. CEMCA.

Mossbrucker, Harald (1993). "*Situación socioeconómica, organización política y desarrollo de la infraestructura en dos colonias de Mérida*", en **Revista de la UADY**, No. 185, abril-junio, Mérida, pp. 33-47.

Nateras Domínguez, Alfredo (1995). "*El tianguis del Chopo como espacio público*", en **Ciudades**, No. 27, jul-sept., RNIU, Ciudad de México, pp. 29-34.

Nieto Calleja, Raúl (1998). "*Lo imaginario como articulador de los órdenes laboral y urbano*", en **Alteridades** Año 8, No. 15 DCS y H/UAM-I. Ciudad de México, pp 121-129.

Niño, Soledad, Nelson Lugo, Cesar Rozo y Leonardo Vega (1998). **Territorios del Miedo en Santafé de Bogotá. Imaginarios de los ciudadanos**. Observatorio de Cultura Urbana-Tercer Mundo, Santafé de Bogotá.

Niño Murcia, Carlos y Jairo Chaparro Valderrama (1997). "*El espacio público en algunos barrios populares de la Bogotá actual*", en [www.barriotaller.org.co.pagina.html](http://www.barriotaller.org.co/pagina.html).

Ortiz, Renato (1998). **Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo**. Tercer Mundo Editores, Santafé de Bogotá.

Pace Chiavari, María (1996). "*Rio de Janeiro: de Paraiso a Narciso*", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes de Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação**. (Op. Cit). pp. 81-86.

Padilla Galicia, Sergio (1996). "*Ciudades en expansión y transformación. Crecimiento y estructura urbana en ciudades mexicanas*", en **Anuario de Estudios Urbanos**, No. 3, UAM-Azcapozalco, Ciudad de México, pp. 131-160.

Pasos Tzec, José (1992). **Homosexualidad y Cultura. Una visión antropológica de la relación homosexual masculina en la Ciudad de Mérida**. Tesis de licenciatura en Ciencias Antropológicas, FCA-UADY. Mérida.

Pellow, Deborah (1993). "*Chinese Privacy*", en R. Rotemberg y G. Mcdonough (Edit) **The cultural meaning of urban**. (Op Cit). pp. 31-46.

Peraza Guzmán, Marco y Pablo Chico Ponce de León (1993). "*Mérida, recuerdos del porvenir*", en M. Peraza Guzmán (coord.), **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp. 115-156.

Peraza Guzmán, Marco (1997). **El origen reparador. El Centro Histórico en la Mérida Moderna**. Ediciones de la UADY, Mérida.

Pérez Medina, Susana (1994). **Desarrollo del comercio en Mérida y su influencia en la estructura urbana 1970-1994**, Tesis de Maestro en Arquitectura, Facultad de Arquitectura-UADY, Mérida.

----- (1995). "*Desarrollo y modernización del comercio en Mérida y su influencia en el espacio urbano*", en M. Peraza Guzmán (coord.), **Procesos territoriales de Yucatán**, Facultad de Arquitectura-UADY, Mérida, pp. 375-393.

Pérez Vite, Miguel (1995). "*Algunas visiones sobre espacialidad*", en **Papeles de Población** Nos. 5-6, CIEP-UAEM, Toluca, pp. 2-19.

Pinheiro Machado, Denise (1996). "*Apresentação*", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes de Vasconcellos (Org) **Cidade e Imaginação**, (Op. Cit), pp.9-11.

Pitkin, Donald (1993). "*Italian urbanscape: intersection of private and public*", en **The cultural meaning of urban**,( Op.Cit). pp. 95-102.

Polese, Mario, Salvador Pérez y Carmen Barragán (1996). "*Localización y relocalización de la actividad económica en la ciudad*", en Salvador Pérez y Mario Polese (Comps.) **Modelos de análisis y de planificación urbana. Estudios sobre la evolución y tendencias de la ciudad de Puebla**. Plaza y Valdez-UAP-Villes et Developpment, Puebla, pp. 39-62.

Ramírez Kuri, Patricia (1993). **Transformaciones espaciales y modernización urbana: la ciudad de México y los macroproyectos comerciales "Centro Comercial Coyoacán (1989-1993)**. Tesis para optar al grado de maestro en Estudios Regionales. Instituto Dr. José Ma. Luis Mora, Ciudad de México.

----- (1994). "*Modernización y espacios de consumo*", en **Ciudades**, No. 24, oct-dic., RNIU, Ciudad de México, pp. 43-48.

----- (1995). "*Entorno, consumo y representaciones urbanas en la Ciudad de México*", en **Ciudades**, No. 27, jul-sept., RNIU, Ciudad de México, pp.46-50.

Ramírez Saiz, Juan Manuel (1990). "*Identidad en el movimiento urbano popular*", en **Ciudades** No. 7, jul-sep, RNIU, Ciudad de México, pp. 8-15.

Rapoport, Amos (1982). **Aspectos humanos de la forma urbana**, Edit. Gustavo Gili, Barcelona.

----- (1990). **The Meaning of the Built Environment**, University of Arizona Press, Tucson.

Reese, L. K. Kroesen y R. Gallimore (1998). "*Cualitativos y cuantitativos, no cualitativos vs cuantitativos*", en Mejía, R. y A. Sandoval (coord.) **Tras las vetas de la investigación cualitativa, perspectivas y acercamientos desde la práctica**. ITESO, Guadalajara, pp. 40-75.

Reguillo, Rossana (1995). **En la calle otra vez. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación**. ITESO. Guadalajara, (1991).

----- (1995a). "*Socialidad y medios de comunicación. Notas para pensar una relación no evidente*" en **Versión** No. 5, UAM-X, Ciudad de México, pp.31-42.

----- (1996). **La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación**, ITESO-U. Iberoamericana, Guadalajara.

----- (1998), "*De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación*", en Mejía, R. y A. Sandoval (coord.) **Tras las vetas de la investigación cualitativa, perspectivas y acercamientos** (Op. Cit.) pp. 18-38.

Reyes, Jorge y Lucía Tello Peón (1994). "*La ciudad actual*", en **Cuadernos de Arquitectura de Yucatán**, no. 7, Facultad de Arquitectura-UADY, Mérida, pp. 1-7.

Riaño, Ivonne (1994). "*Espacio residencial e identidad social en barrios populares periféricos de Quito, Ecuador*", en **Vivienda**, Vol. 5, No. 3, sept-dic., INFONAVIT, Ciudad de México, pp. 63-73.

Rodman, Margaret (1993). "*Beyond built form and culture in the anthropological study of residential community spaces*", en **The cultural meaning of urban**, (Op. Cit.) pp. 123-138.

Rodríguez Leuro, Jairo (1998). **Jóvenes, cultura y ciudad**. Cuadernos del Observatorio de Cultura Urbana-IDC y T., Santa Fe de Bogotá.

Romero, José Luis (1976). **Latinoamérica: Las ciudades y las ideas**, Siglo XXI, editores, Ciudad de México.

Rossi, Aldo (1971). **La arquitectura de la ciudad**. Edit. Gustavo Gili, Barcelona.

Rotemberg, Robert (1993). "*Introduction*", en R. Rotemberg y G. McDonough (Edit), **The cultural meaning of**. (Op.Cit.) pp. X-XIX.

----- (1993a). "*On the salubrity of sites*", en R. Rotemberg y G. McDonough (Edit), **The cultural meaning of** (Op.Cit.) pp. 17-30.

Rubio Mañe, J. Ignacio (s/f). **La Casa de Montejo en Mérida de Yucatán. Con un estudio de Manuel Toussaint**, Reedición publicada por BANAMEX del libro original editado por el IIE/UNAM, Ciudad de México, 1941.

Safa Barraza, Patricia (1992). "*Vida urbana, heterogeneidad cultural y desigualdades sociales: el estudio en México de los sectores populares urbanos*", en **Alteridades** Año 2, No. 3, DSCH-UAM-I. Ciudad de México, pp.3-10.

----- (1993). "*Espacio urbano como experiencia cultural*", en M. Estrada, Et. al **Antropología y ciudad**, (Op. Cit.) pp. 283-296

----- (1995). "La construcción de las imágenes urbanas: El caso de Coyoacán", en Revista **Ciudades**, No. 27, jul-sept., RNIU, Ciudad de México, pp. 9-13.

----- (1995a). "El estudio de vecindarios y comunidades en las grandes ciudades. Una tradición antropológica", en **Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad**, Vol. 1, No. 2, enero-abril, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, U. de G, Guadalajara, pp-113-129.

----- (1998). **Vecinos y vecindarios en la Ciudad de México. Un estudio sobre la construcción de las identidades vecinales en Coyoacán, D.F.** CIESAS/UAM-IM.A.PORRUA, Ciudad de México.

----- (1998b). "Memoria y tradición: dos recursos para la construcción de las identidades locales", en **Alteridades**, Año 8, No. 15 DCSyH/UAM-I. Ciudad de México, pp 91-102.

Saldarriaga , Alberto; R. Rivadeneira y S. Jaramillo (1998). **Bogotá a través de las imágenes y las palabras.** Tercer Mundo, Edit.-Observatorio de Cultura Urbana, Santafé de Bogotá.

Salgeiro, Valeria (1996). "Da Forma para o Significado—Cultura e Imaginação nas Paisagens Panorâmicas da Cidade do Rio de Janeiro pelo Artista Viajante Rugendas" en D. Pinheiro Machado y E. Mendes De Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação.** (Op. Cit). pp. 241-245.

Sampaio, A. (1996). "Cidade e Imaginação: Deseño", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes De Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação.** (Op. Cit). pp. 73-80.

Sarlo, Beatriz (1988). **Una modernidad periférica. Buenos Aires, 1920-1930**, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires.

Sclar, Elliot y Nancy Aries (1992). *Pulse of the City*, en **The Sciences**, Revista publicada por The New York Academy of Sciences, November/december, N.Y. pp.44-48.

Schejtnan, M., J. Calvillo y M. Peniche (1984). **Principios de diseño urbano ambiental**, Grupo de diseño urbano, Ciudad de México.

Segre, Roberto (1996). "Imaginaris Fragmentos Arquitectónicos en la Ciudad Latinoamericana", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes De Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação.** (Op. Cit)., pp. 13-23.

Sieber, Timothy (1993). "Public access on the urban waterfront: a question of vision", en R. Rotemberg y G. McDonough (Edit) **The cultural meaning of**, (Op Cit.) pp. 173-194.

Silva, Armando (1992). **Imaginaris urbanos. Bogotá y São Paulo: cultura y comunicación urbana en América Latina**, Tercer Mundo Editores, Bogotá.



----- (1993). "*La ciudad en sus símbolos: una propuesta metodológica para la comprensión de lo urbano en América Latina*", en M. Heck (Coord), **Grandes metrópolis de América Latina** (Op. cit) pp.87-101.

----- (1994). "*Ser urbano en América Latina*", en Herrera Gómez, et. al. (Editores) **VII Congreso de Antropología en Colombia, Medellín 1994, Memorias del Simposio Ciudad y Cultura en el Mundo Contemporáneo**. Depto. de Antropología, FCS y H., Univ. de Antioquia, Medellín, pp.27-45.

Smith, A. y N. David (1995). "*The production of space and the house of Xidi Sukur*", en **Current Anthropology**, Vol. 36, No. 3, pp. 441-472.

Soares de Almeida, Maria (1996). "*Habitação Operária no Brazil. Um resgate histórico*", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes De Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação**. (Op. Cit), pp. 223-227.

Tomas, François (1994). "*La ciudad y las estrategias socioespaciales*", en **Revista Mexicana de Sociología**, Año LVI, No. 4, oct-dic, Ciudad de México, pp.209-228.

Torres Ribeiro, Ana (1996). "*Imaginação e Metrópole: as Ofertas Paradigmáticas do Rio de Janeiro e de São Paul*", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes de Vasconcellos (Organiz.), **Cidade e Imaginação**. (Op. Cit). pp. 55- 62.

Tsiomis, Yannis (1996). "*Projeto Urbano, Embelezamento e reconquista da Cidade*", en D. Pinheiro Machado y E. Mendes de Vasconcellos (Organiz.) **Cidade e Imaginação**. (Op. Cit). pp. 24-29.

Urry, John (1991). "*Time and space in Giddens' social theory*", en Bryant C and D. Jary (Edits.) **Giddens' theory of structuration: a critical appreciation**. Routledge, Londres y New York. pp. 160-175.

Urteaga C. Maritza. e Inés Cornejo Portugal (1995). "*La privatización afectiva de los espacios comerciales por las y los jóvenes*", en Revista **Ciudades**, No. 27, RNIU, Ciudad de México, pp 24-28.

Urzaiz Lares, Enrique (1993). "*La arquitectura porfiriana en Mérida*" en M. Peraza Guzmán (coord.), **Mérida, el azar y la memoria**, Gaceta Universitaria, APAUADY, Mérida, pp. 89-114.

----- (1994). "*La vivienda de la primera mitad del siglo XX en Mérida*", en **Cuadernos de Arquitectura de Yucatán**, no 7, Facultad de Arquitectura-UADY, Mérida, pp. 20-29.

Vázquez Pasos, Luis (1990). **Mérida: algunos aspectos de su transformación y perspectiva actual**, UADY, Mérida.

Vázquez Guillermina (1983). *Una aproximación a la iconografía de la Casa de Montejo*, en **Estudios acerca del arte novohispano**, UNAM, Ciudad de México.

Walmsley, David (1988). **Urban living. The individual in the city**, Longman Scientific and Technical, Essex y New York.

Ward, Peter; Edith Jimenez y Gareth Jones (1994). "*Valores del suelo y procesos de valorización en ciudades medias mexicanas*", en **Revista VIVIENDA**, Nueva época, vol. 5, no. 2, mayo-agosto, INFONAVIT, Ciudad de México, pp. 7-30.

Wildner Kathrin (1998). "*El zócalo de la ciudad de México. Un acercamiento metodológico a la etnografía de una plaza*", en **Anuario de Espacios Urbanos**. UAM-A. Ciudad de México, pp. 149-166.

Wilson, Elizabeth (1991). **The sphinx in the city**, Virago, Londres.

----- (1992). "*The invisible flâneur*", en **New Left Review**, No, 191, Londres.

## DOCUMENTOS OFICIALES

AYUNTAMIENTO DE MERIDA (1985). **Plan Director de Mérida** (Inédito).

AYUNTAMIENTO DE MERIDA (1988). **Plan de Desarrollo Urbano de la ciudad de Mérida**, suplemento del Diario Oficial, 31 de agosto, Mérida.

AYUNTAMIENTO DE MERIDA (1993). **Versión abreviada del Programa de Desarrollo Urbano de Mérida**, Mérida, (Inédito).

CIQRO-COESPO-CONAPO (1988). **Subsistema de ciudades de Yucatán y Quintana Roo**, México.

CONSEJO ESTATAL DE POBLACION (s/f). **Mérida y sus aspectos demográficos**, Mérida, (Inédito).

INEGI (1993). **Cartas topográficas de los Censos Económicos del Estado de Yucatán. Yucatán, Municipio de Mérida**, Dirección Regional del Sureste, Mérida.

OFICIALIA MAYOR DEL AYUNTAMIENTO DE MERIDA (1986). **Plan Municipal de Desarrollo**, Mérida.

DIRECCION DE DESARROLLO URBANO Y OBRAS PUBLICAS (1995). **Programa de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Mérida. Carta Síntesis**, Mérida.

DIRECCION DE DESARROLLO URBANO Y OBRAS PUBLICAS (1996). **Plan de Desarrollo Urbano de la Ciudad de Mérida**. Mérida.

## FUENTES HEMEROGRAFICAS CITADAS

**Diario de Yucatán**, periódico publicado en la Ciudad de Mérida, Reportajes y noticias publicadas los siguientes días:

18 de marzo de 1982, 26 de noviembre de 1988, 1 de junio de 1993, 10 de abril de 1994, 2 de junio de 1994, 13 de julio 1994, 15 de diciembre 1995, 14 de febrero de 1996, 27 de julio de 1996, 2 de junio de 1997, 2 de enero de 1999, 2 de junio de 1999, 16 de agosto de 1999, 26 de septiembre de 1999, 15 de octubre de 1999, 5 de noviembre de 1999, 1 de diciembre de 1999, 3 de enero de 2000, 6 de enero de 2000.

Millet Cámara, Luis (1983a). "*Los viejos portales*", **Diario de Yucatán** 11 de noviembre de 1983, Mérida.

----- (1983b). *La Plaza Mayor en el siglo XVIII*, **Diario de Yucatán**, 6 de noviembre de 1983, Mérida.

**Novedades de Yucatán**, periódico publicado en la Ciudad de Mérida, noticias de los días 10 de noviembre y 13 de noviembre de 1982.

Cetina Sierra, José A. (1974). "*El Palacio Municipal y sus aledaños*", en **Suplemento Cultural del Novedades de Yucatán**, 3 de noviembre de 1974, Mérida.

**Diario Por Esto**; periódico publicado en la Ciudad de Mérida, noticias del día 23 de marzo de 1992.

Sánchez Novelo, Faulo (1995). *La recreación en Yucatán*, en **Diario Por Esto**; **Suplemento Cultural Unicornio**, 8 de octubre de 1995, Mérida.

Heredia Montañés, David y Jorge Gutiérrez Solís (1998) "*El periférico inconcebible: un anillo de contrastes rodea a Mérida*", reportaje publicado en **Opinión, Foro de expresión democrática**, Revista Mensual, año 1, no. 27, abril de 1998 Mérida.

"*Otro centro de convenciones en Mérida*", noticia publicada en **Turistampa**, el periódico de la industria turística nacional, 20 de agosto de 1999, Mérida

## APÉNDICE

### RELACION DE PERSONAS QUE RESPONDIERON EL FORMULARIO-ENCUESTA EN LA PLAZA PRINCIPAL

NOMBRE <sup>1</sup>	SEXO	EDAD AÑOS	OCUPACION	DÍA Y HORA DE APLICACIÓN
1. CARLOS G. L.	M	40	ABOGADO	6/IX/99-20:00
2. SANTIAGO B.R.	M	57	EMPLEADO	6/IX/99-9:00
3. ANDY R.C.	M	18	ESTUDIANTE	9/IX/99-23:30
4. LUIS R. B.	M	30	EMPLEADO	10/IX/99-23:00
5. GONZALO B. P.	M	37	EMPLEADO	10/IX/99-22:10
6. FERNANDO C..M.	M	17	VEND. AMBUL	11/IX/99-22:00
7. ALBERTO G. P.	M	26	PROM. ARTIST.	11/IX/99-23:45
8. EMILIO V. C.	M	49	COMERCIANTE	23/VIII/99-13:25
9. MIGUEL T. R.	M	33	VEND. AMBUL	23/VII/99-14:00
10. OFIR A. G.	M	39	COMERCIANTE	24/VIII/99-13:15
11. ERICK. O.	M	24	ESTUDIANTE	26/VIII/99-19:15
12. DARJO Q.	M	26	ESTUDIANTE	26/VIII/99-16:30
13. ROGER A.M.	M	27	ESTUDIANTE	27/VIII/99-19:10
14. JOSE CH. T.	M	24	PAYASO	27/VIII/99-18:00
15. CARLOS S.S.	M	62	ACTOR	29/VIII/99-18:50
16. MIGUEL A. P.	M	28	ELECTRICISTA	29/VIII/99-19:20
17. EDWIN Q. H.	M	35	MESERO	30/VIII/99-18:05
18. MARIO P. V.	M	18	BARMAN	30/VIII/99-19:30
19. CARLOS CH. N.	M	16	ESTUDIANTE	31/VIII/99-19:00
20. PEDRO C. C.	M	67	DESEMPLEADO	31/VIII/99-18:00
21. ELEAZAR V. P.	M	70	ZAPATERO	16/VIII/99-10:00
22. ROGELIO E. G.	M	59	CONSERJE	16/VIII/99-8:30
23. JOSE F. P.	M	22	ESTUDIANTE	17/VIII/99-10:55
24. JOSE M. F.	M	31	GUIA DE TURIS.	17/VIII/99-10:00
25. HUGO C. O.	M	16	ESTUDIANTE	18/VIII/99-10:00
26. VICTOR O. G.	M	19	EMPLEADO	19/VIII/99-10:15
27. ANTONIO C. E.	M	49	ALBAÑIL	19/VIII/99-9:10
28. BENITO CH.	M	36	VEND DE ARTESA	20/VIII/99-9:45
29. JOSE G. G.	M	40	ARTESANO	21/VIII/99-13:40
30. RICARDO H. CH.	M	28	ESTUDIANTE	21/VIII/99-12:20
31. ALVARO P. C.	M	47	EMPLEADO	16/VIII/99-10:30
32. MARTHA L. O.	F	39	EMPLEADA	2/IX/99-8:40
33. ROSA CH. CH.	F	43	AMA DE CASA	10/IX/99-12:15
34. SILVIA S. L.	F	19	ESTUDIANTE	24/VIII/99-2:45
35. LEYDÍ C.	F	26	CONTADORA	1/IX/99-18:35
36. IRMA Y. C.	F	22	EMPLEADA	1/IX/99-18:10
37. ESPERANZA CH.	F	42	LAVANDERA	16/VIII/99-9:10
38. EUNICE G. V.	F	15	ESTUDIANTE	18/VIII/99-10:35
39. MONICA H.	F	24	EMPLEADA	20/VIII/99-9:30
40. LOURDES G. H.	F	25	C. DE BELLEZA	22/VIII/99-14:00
41. EYNE P. T.	F	14	ESTUDIANTE	22/VIII/99-13:00
42. FATIMA P.	F	18	ESTUDIANTE	17/VIII/99-8:15
43. GABRIELA Q. T.	F	14	ESTUDIANTE	23/VIII/99-16:00
44. MARIA R. H.	F	37	EMPLEADA	6/IX/99-20:00
45. RAMONA C.	F	40	AMA DE CASA	23/VIII/99-14:00
46. SELENE J. L.	F	26	EMPLEADA	21/VIII/99-13:30
47. ROSITA R. F.	F	55	OBRERA	2/IX/99-19:00

<sup>1</sup> Para proteger las identidades de los entrevistados sólo usamos sus nombres de pila, la Plaza Principal es también lugar de reunión de personas cuyas actividades no son consideradas adecuadas por el resto de la sociedad.

48. MARIA C. M.	F	34	AMA DE CASA	6/TX/99-19:10
49. PEREGRINA A. P.	F	22	ESTUDIANTE	2/TX/99-16:00
50. SILVIA V. C.	F	34	AMA DE CASA	17/VIII/99-8:45
51. MANUELA P. C.	F	48	ABOGADA	20/VIII/99-10:10
52. JANETTE Z. G.	F	22	PUERICULTURISTA	22/VIII/99-13:50
53. CONCEPCION G.	F	20	VENDEDORA	18/VIII/99-8:20
54. ANA L. V.	F	25	AMA DE CASA	21/VIII/99-13:15
55. ALIDIA F.	F	29	SERVICIO DOMES.	21/VIII/99-13:55
56. MILDRED C.	F	23	MISIONERA	22/VIII/99-13:00
57. LIGIA S. P.	F	55	AMA DE CASA	22/VIII/99-14:00
58. ELMA L. R.	F	40	AMA DE CASA	01/TX/99-18:00
59. FRANCISCO R. S.	M	39	INGENIERO CIVIL	22/VIII/99-14:00
60. LUIS F. A.	M	55	ELECTRICISTA	18/VIII/99-10:00
61. GUILLERMO F.	M	38	EMPLEADO	21/VIII/99-14:00
62. PEDRO E. M.	M	39	SASTRE	7/IX/99-22:00
63. LUIS M. M.	M	47	MESERO	19/VIII/99-12:00
64. RAUL M. G.	M	52	CHOFER DE TURIS	23/VIII/99-15:00
65. VIDAL R. Q.	M	55	CARPINTERO	17/VIII/99-8:50
66. VICTOR A. D.	M	63	JUBILADO	23/VIII/99-14:00
67. CARLOS B.	M	36	VENDEDOR	21/VIII/99-12:40
68. BERNARDO CH. V.	M	16	ESTUDIANTE	16/VIII/99-9:45
69. ALVARO P. C.	M	47	EMPLEADO	16/VIII/99-10:30
70. ALFONSO L.	M	75	JUBILADO	6/IX/99-21:00
71. ALEJANDRO S.	M	23	EMPLEADO	23/VIII/99-15:00
72. ALBERTO R. R.	M	37	PROFESOR	21/VIII/99-13:30
73. RIGEL A.	M	32	EMPLEADO	10/TX/99-22:00
74. PEDRO O. M.	M	50	TROVADOR	9/IX/99-23:00
75. GENARO B.	M	24	EMPLEADO	9/IX/99-20:00
76. CARLOS R.	M	71	JUBILADO	24/VIII/99-14:00
77. MANUEL A.	M	40	EMPLEADO	24/VIII/99-13:26
78. JORGE M.	M	50	ALUMINIERO	21/VIII/99-13:00
79. PEDRO M. R.	M	58	LIMPLABOTAS	21/VIII/99-13:00
80. ROBERTO G. A.	M	44	MEDICO	10/TX/99-23:00
81. CARLOS B.	M	52	ALUMINIERO	22/VIII/99-14:00
82. CESAR M. P.	M	43	SOLDADOR	01/IX/99-18:00
83. JAVIER B.	M	26	CONTADOR	09/IX/99-23:00
84. JOSE A.	M	65	JUBILADO	09/IX/99-24:00
85. JOSE G. R.	M	29	TAPICERO	02/TX/99-20:00
86. MANUEL C. T.	M	63	JUBILADO	03/TX/99-12:00
87. MIGUEL A. P.	M	64	VELADOR	02/TX/99-19:00
88. MIGUEL B.	M	44	CONTRATISTA	02/TX/99-12:00
89. ROLANDO M.	M	60	JUBILADO	03/IX/99-8:00
90. CARLOS L.	M	35	ESTILISTA	10/TX/99-10:30
91. MANUEL C. E.	M	52	OBRERO	07/IX/99-20:00
92. FELIPE R. B.	M	69	JUBILADO	22/VIII/99-14:20
93. GILBERTO V.	M	62	MEDICO	18/VIII/99-9:10
94. MARCO V. V.	M	41	ELECTRICISTA	17/VII/99-9:45
95. MARIO C.	M	59	ORG. DE EVENTOS	16/VIII/99-9:00
96. MAXIMILIANO C.	M	80	JUBILADO	19/VIII/99-9:40
97. PERLA R.	F	32	ESTILISTA	19/VIII/99-10:00
98. RICARDO M.	M	63	JUBILADO	20/VIII/99-9:20
99. VICTOR G.	M	86	JUBILADO	17/VIII/99-9:15
100. GABRIEL G.	M	51	MUSICO	10/IX/99-23:10
101. JOSE C. C.	M	32	COCINERO	10/IX/99-23:00
102. JORGE O.	M	26	OBRERO	07/IX/99-23:30
103. ILDEFONSO L.	M	53	OFIC DE SEGURID	07/IX/99-22:50
104. JOSE R. M.	M	21	ESTUDIANTE	06/IX/99-19:30
105. GABRIEL T.	M	52	VENDEDOR	06/IX/99-16:00
106. CARLOS B.	M	52	OBRERO	02/IX/99-20:35

107. ENRIQUE A. T.	M	58	EMPLEADO	01/IX/99-19:00
108. ARIEL A.	M	21	BAILARIN	23/VIII/99-14:15
109. RAUL F.	M	50	EMPLEADO	23/VII/99-13:35
110. JOSE L.	M	31	DISEÑADOR GRAF	01/IX/99-19:55
111. RAFAEL S.	M	50	TROVADOR	09/IX/99-24:00
112. MAURO F. M.	M	37	CARTERO	06/IX/99-18.45

RELACION DE PERSONAS QUE RESPONDIERON EL  
FORMULARIO-ENCUESTA EN PLAZA DORADA

NOMBRE <sup>2</sup>	SEXO	EDAD AÑOS	OCUPACION	DIA Y HORA DE APLICACIÓN
1. MARTHA E. V.	F	61	JUBILADA	07/X/99-11:30
2. ANDREA R.	F	19	AMA DE CASA	07/X/99-11:30
3. MARIA C. P.	F	52	PROFESORA	07/x/99-18:00
4. MONICA R.	F	36	AMA DE CASA	07/X/99-19:00
5. JUAN S.	M	45	EMPLEADO	08/X/99-12:00
6. JOSE A. M.	M	22	EMPLEADO	08/X/99-18:00
7. ROBERTO P.	M	22	ESTUDIANTE	08/X/99-18:30
8. CHRISTOPHER Z.	M	18	ESTUDIANTE	08/X/99-19:00
9. MUCUY O. R.	F	15	ESTUDIANTE	07/X/99-19:00
10. JOSEFINA B.	F	29	EMPLEADA	08/X/99-11:00
11. CARLOS M.	M	16	ESTUDIANTE	08/10/99-12:00
12. STEPHANI V. C.	F	14	ESTUDIANTE	09/X/99-18:00
13. CARLOS C.	M	18	ESTUDIANTE	09/X/99-19:00
14. JORGE E.	M	56	INGENIERO	09/X/99-18:00
15. RITA O. R.	F	37	AMA DE CASA	09/X/99-10:50
16. JERRY G.	M	39	LIC EN ADMINIST.	09/X/99-12:00
17. WILLIAM E.	M	42	EMPLEADO	09/X99-12:15
18. MANUEL P.	M	24	ESTUDIANTE	10/X/99-13:30
19. CINTHIA C.	F	35	AMA DE CASA	10/X/99-14:00
20. CARMEN M.	F	23	AMA DE CASA	10/X/99-14:20
21. JESSICA P.	F	19	ESTUDIANTE	10/X/99-19:00
22. ERICK M.	M	18	OBRERO	10/X/99-19:30
23. MIROSLAVA L.	F	17	ESTUDIANTE	10/X/99-20:00
24. EDUARDO L.	M	50	EMPLEADO	11/X/99-13:00
25. RICARDO Q. P.	M	65	JUBILADO	11/X/99-14:00
26. MARCO C. R.	M	52	PROFESOR	12/X/99-21:00
27. MARIA B.	F	22	ESTUDIANTE	12/X/99-19:30
28. ROGELIO S.	M	23	ESTUDIANTE	12/X/99-12:20
29. BERNABÉ CH.	M	23	ESTUDIANTE	12/X/99-14:00
30. ALEJANDRO S.	M	20	EMPLEADO	12/X/99-13:45
31. ERWIN R.	M	18	EMPLEADO	12/X/99-14:00
32. NURY M.	F	18	ESTUDIANTE	12/X/99-14:00
33. LANDY B.	F	19	EMPLEADA	12/X/99-19:30
34. OSWALDO T.	M	21	ESTUDIANTE	13/X/99-15:00
35. PASTOR B. B.	M	78	JUBILADO	14/X/99-12:46
36. SORAYA C.	F	34	AMA DE CASA	14/X/99-13:00
37. JOSE M. N.	M	29	ABOGADO	14/X/99-13:30
38. JOSE C. M.	M	54	PROFESOR	13/X/99-13:30
39. ADRIANA M.	F	15	ESTUDIANTE	13/X/99-15:00
40. JOSEFINA F.	F	19	EMPLEADA	13/X/99-15:00
41. RICARDO A.	M	24	ESTUDIANTE	14/X/99-14:30

<sup>2</sup> Para proteger las identidades de los entrevistados sólo usamos sus nombres de pila.

42. CARMEN H.	F	23	ESTUDIANTE	15/X/99-13:00
43. MANUEL M. C.	M	28	EMPLEADO	15/X/99-15:00
44. ETELVINA R.	F	30	EMPLEADA	15/X/99-13:30
45. RICARDO C..	M	17	ESTUDIANTE	15/X/99-13:00
46. GERVASIO L.	M	45	EMPLEADO	15/X/99-14:00
47. WILBERTH C.	M	25	EMPLEADO	14/X/99-12:00
48. VICTOR S.	M	21	COMERCIANTE	15/X/99-14:30
49. WILBERTH E.	M	60	MEDICO	08/X/99-17:00
50. ROBERTO G.	M	30	VENDEDOR	09/X/99-18:00
51. SANTIAGO A.	M	57	OBRERO	15/X/99-14:50
52. RUBI G.	F	24	ESTUDIANTE	11/X/99-20:00
53. ROSI Q.	F	18	EMPLEADA	07/X/99-10:00
54. LILIA C.	F	51	AMA DE CASA	14/X/99-14:00
55. OSWALDO S.	M	20	ESTUDIANTE	12/X/99-21:00
56. MARIA J. C.	F	17	ESTUDIANTE	12/X/99-19:30
57. RAUL A.	M	16	ESTUDIANTE	10/X/99-20:15
58. RAUL P. G.	M	65	INGENIERO C.	13/X/99-15:40
59. MARIA C. R.	F	21	ARTESANA	13/X/99-16:00
60. MARCOS V.	M	27	C. DE TRICITAXI	08/X/99-10:23
61. MANUEL C.	M	41	CONTADOR	07/X/99-18:37
62. LISBETH T.	F	16	EMPLEADA	08/X/99-17:50
63. LIBORIO C.	M	47	EMPLEADO	10/X/99-13:45
64. JULIO G.	M	15	ESTUDIANTE	09/X/99-18:45
65. RAUL C.	M	60	EMPLEADO	07/X/99-11:33
66. RAFAEL F	M	53	PERIODISTA	15/X/99-14:00
67. JULIO F.	M	18	PANADERO	14/X/99-15:00
68. JUAN P.	M	18	ESTUDIANTE	10/X/99-21:00
69. JUAN R. M.	M	41	DESEMPLEADO	11/X/99-13:10
70. JUAN D.	M	44	PROP. TALLER	13/X/99-12:10
71. JOSE A.	M	16	ESTUDIANTE	15/X/99-15:50
72. JOSE L.	M	49	COMERCIANTE	07/X/99-18:13
73. JOSE I.	M	42	INGENIERO AGR.	11/X/99-20:00
74. JOSE H. R.	M	56	EMPLEADO	08/X/99-18:22
75. JOSE A. P.	M	60	EMPLEADO	09/X/99-19:00
76. JORGE A.	M	14	ESTUDIANTE	10/X/99-14:10
77. JAVIER A.	M	25	ELECTRICISTA	11/X/99-19:40
78. JOAQUIN M.	M	24	ESTUDIANTE	09/X/99-11:00
79. FRANCISCO M.	M	36	VENDEDOR	12/X/99-20:00
80. FRANCISCO M.	M	27	EMPLEADO	11/X/99-14:13
81. FRANCISCO B.	M	35	PROFESOR	14/X/99-13:20
82. GENARO A.	M	48	DESEMPLEADO	11/X/99-20:20
83. GREDDY G.	F	38	AMA DE CASA	13/X/99-15:30
84. GUILLERMO G.	M	13	ESTUDIANTE	10/X/99-19:00
85. JACINTO G.	M	37	VIGILANTE	12/X/99-20:00
86. FAUSTO D.	M	36	EMPLEADO	09/X/99-9:50
87. EUSTAQUIO CH.	M	52	EMPLEADO	08/X/99-10:50
88. ENA R.	F	40	PROFESORA	09/X/99-11:20
89. CLEMENTE P.	M	52	EMPLEADO	12/X/99-21:00
90. CLAUDIA A.	F	35	PROFESORA	11/X/99-13:40
91. BERTA U.	F	53	EMPLEADA	14/X/99-13:45
92. BERNABÉ A. N.	M	70	JUBILADO	07/X/99-10:50
93. ARACELI M.	F	88	JUBILADA	12/X/99-12:15
94. CARLOS E.	M	73	JUBILADO	10/X/99-14:50
95. ALBA I.	F	19	ESTUDIANTE	07/X/99-18:00
96. AGUSTÍN H. G.	M	85	JUBILADO	08/X/99-11:15
97. RICARDO N.	M	41	EMPLEADO	08/X/99-10:30
98. RAFAEL M.	M	27	OBRERO	07/X/99-18:00
99. JORGE B.	M	36	EMPLEADO	07/X/99-11:00
100. LUIS R.	M	59	JUBILADO	07/X/99-11:00

101. LAURA B.	F	32	PUERICULTURISTA	07/X/99-18:00
102. ANEL R.	F	22	ESTUDIANTE	10/X/99-19:00
103. JOSE U.	M	41	CONTADOR	10/X/99-19:40
104. GRACIELA L.	F	16	ESTUDIANTE	11/X/99-18:30
105. CARLOS M.	M	33	VENDEDOR	11/X/99-13:00
106. RUBEN S. T.	M	45	COMERCIANTE	11/X/99-12:50
107. FRANCISCO G.	M	28	EMPLEADO	11/X/99-13:00
108. JULIO R.	M	28	ABOGADO	10/X/99-19:00
109. DAVID R.	M	34	EMPLEADO	10/X/99-21:00
110. JOSE M.	M	18	ESTUDIANTE	10/X/99-12:00
111. BEATRIZ B. P.	F	66	JUBILADA	09/X/99-18:00
112. VICENTE M.	M	30	PROPIETARIO NEG	09/X/99-18:00
113. ANTONIO G.	M	50	EMPLEADO	09/X/99-19:00
114. EUNICE A.	F	46	PROFESORA	09/X/99-11:20
115. VIRGINIA E.	F	18	ESTUDIANTE	09/X/99-11:00
116. GRISEL A.	F	16	ESTUDIANTE	08/X/99-10:30
117. GILBERTO O.	M	39	MUSICO	09/X/99-12:00
118. FRANCISCO O.	M	52	EMPLEADO	08/X/99-11:45
119. JOSE L. B.	M	62	TAXISTA	14/X/99-14:10
120. NICANOR L.	M	40	ECONOMISTA	14/X/99-15:00
121. FELIPE C.	M	27	MENSAJERO	15/X/99-14:00
122. DARWIN G.	M	22	EMPLEADO	14/X/99-13:50
123. ROBERTO Z.	M	27	EMPLEADO	13/X/99-14:00
124. JOSE A. L.	M	42	COMERCIANTE	13/X/99-14:30
125. CARLOS N. H.	M	30	COSMETÓLOGO	13/X/99-13:30
126. MIGUEL A. P.	M	29	COMERCIANTE	13/X/99-14:30
127. RAFAEL C.	M	50	EMPLEADO	12/X/99-19:00
128. LUIS N.	M	47	CHOFER	12/X/99-19:00
129. MIGUEL E. S.	M	30	INGENIERO CIVIL	12/X/99-19:30
130. ERMILO G.	M	38	OBRERO	12/X/99-15:00
131. JULIO M.	M	58	INGENIERO PETRO	11/X/99-18:25
132. CARMEN R.	F	24	SECRETARIA	11/X/99-19:30
133. JAIME B. A.	M	61	EMPLEADO	11/X/99-18:22
134. MIGUEL A. C.	M	39	ECONOMISTA	08/X/99-12:00

**GUION PARA EL FORMULARIO-ENCUESTA APLICADO  
EN LA PLAZA PRINCIPAL DE MERIDA YUCATÁN.**

1. ¿Cuál es el nombre de este lugar?
2. ¿Cómo se usaba antes y ahora?
3. En caso de que responda que existen cambios: en qué ha cambiado
4. ¿Puede decirme hechos importantes: antiguos o recientes, que hallan ocurrido en la plaza
5. ¿Cómo le llama o conoce los edificios que la rodean? ( se le muestran con la mano)
6. ¿Tienen alguna importancia para los meridianos y la ciudad los eventos o edificios?
7. ¿Por qué viene a la plaza?
8. ¿Desde hace cuánto tiempo que viene?
9. ¿Cuáles días y horas viene?
10. ¿Qué parte de la plaza es la que prefiere y cuál usa?
11. ¿De qué parte o colonia de la ciudad viene?
12. ¿Qué edad tiene usted?
13. ¿Cómo viene, camión, automóvil, caminando?



14. ¿Convérseme qué es lo que hace mientras está aquí? (actividades o rutinas)
15. ¿Cuánto tiempo más o menos permanece?
16. ¿Adónde va después?
17. ¿Qué tipo de personas viene aquí?
18. ¿Qué es lo que hacen los otros?
19. ¿Considera que la plaza es un lugar para todas las personas?
20. ¿Qué tipo de actividades se hacen en la plaza?
21. ¿Para qué debe servir la plaza?
22. ¿La plaza tiene importancia para la ciudad?
23. ¿Asiste usted a los centros comerciales?
24. ¿En caso afirmativo, ¿cuántas veces va al mes?
25. ¿Se siente igual aquí que en los centros comerciales? (comparar sensaciones, ambientes o cosas),
26. ¿Encuentra en la plaza algún tipo de problemas?
27. ¿Cómo ve la plaza respecto a los parques del norte y del sur?
28. Qué opina de las condiciones de la plaza en:  
-limpieza; mobiliario; iluminación; seguridad.
29. Defina en 2 palabras el ambiente de la plaza.
30. Defina en 2 palabras el aspecto físico
31. Defina en 2 palabras a los usuarios.
32. Lo más agradable del lugar
33. Lo más desagradable del lugar.
34. ¿Hay algo que le haga falta a este lugar?
35. Dígame cuales son los tres lugares, monumentos o edificios que considera definen a Mérida.

Antes de cerrar la entrevista y dar las gracias, registrar en la grabación nombre, sexo, edad, ocupación y lugar de nacimiento del entrevistado.

#### GUION DEL FORMULARIO ENCUESTA APLICADO EN EL CENTRO COMERCIAL "PLAZA DORADA" DE MERIDA.

1. ¿Cuáles son las plazas que visita y por qué?
2. ¿Desde hace cuanto tiempo que las visita?
3. ¿Cómo le llama este lugar?
4. ¿Con que frecuencia por mes viene aquí?
5. ¿Cuáles son los días y horas que prefiere para venir?
6. ¿Cuál es el motivo principal para venir a este lugar?
7. ¿Considera Ud. que cuando se va a una P.C. necesariamente se va a comprar?
8. ¿Cómo viene a la P.C. sólo o acompañado?
9. ¿Desde que parte: colonia o fraccionamiento viene?
10. ¿Qué medio de transporte utiliza para venir?
11. ¿Adónde acudía antes de que se abrieran las P.C.?
12. ¿Si no existieran las P.C. a donde iría para buscar lo que éstos ofrecen?

13. ¿Qué opina del ambiente, iluminación, mobiliario, clima, seguridad?
14. ¿Cuánto tiempo permanece en esta P.C?
15. ¿Qué es lo que hace mientras está aquí? (actividades, rutinas)
16. Definir (hablar o comentar) el ambiente de esta plaza
17. Definir (hablar o comentar) el tipo de gente que viene aquí.
18. Lo más agradable
19. Lo más desagradable de estar acá.
20. ¿Hay algo que le falte a este lugar?
21. Cosas o eventos de cualquier tipo que recuerde haber visto en este lugar.
22. ¿Está enterado de los eventos y actividades que ofrece esta P.C?.
23. ¿Cómo se informó de ellos?
24. ¿Este es lugar para todos los pobladores (de Mérida, de Yucatán)?
25. ¿Hay algún tipo de personas que vengan poco o de plano no vengan acá?
26. ¿Cuáles son las tres cosas: lugares, edificios, parques, monumentos, etc. que definen a Mérida?
27. ¿Va Usted a la Plaza Grande?
28. En caso afirmativo, ¿cuántas veces va al mes?.
29. ¿Se siente Ud. igual en una plaza comercial y en un parque como la Plaza Grande? (comparar sensaciones, ambientes y objetos).
30. ¿Qué opina sobre la seguridad del centro de Mérida?
31. ¿Hay lugares, partes o colonias de Mérida que considere inseguros?

Indagar: Nombre, sexo, edad, ocupación y lugar de nacimiento del entrevistado.

#### GUION PARA LA ENTREVISTA REALIZADA A LOS GERENTES DE PLAZA DORADA, GRAN PLAZA Y PLAZA FIESTA.

1. Cantidad de personal que trabaja en la P.C., incluyendo empleados de los establecimientos, administración, intendencia, mantenimiento, seguridad, etc.
2. Superficie en metros cuadrados, construida, para jardines, andadores, etc.
3. ¿Cómo diseñan y organizan su programa de actividades (eventos y espectáculos)?.
4. Instituciones con las que se relacionan para sus actividades culturales,
5. ¿Tienen algún tipo de convenios?
6. ¿Por qué con éstas?
7. ¿De quién provino la iniciativa, de ustedes o de ellos?.
8. Cuentan con personal dedicado a la organización de eventos culturales, asesores externos o de planta que funjan como animadores u organizadores del programa cultural.
9. En caso afirmativo, cómo se compone este staff, su formación profesional (publicidad, diseño, arquitectura, comunicación, antropología).
10. Factores que influyeron para la localización de la plaza en esta parte de la ciudad.
11. ¿Han retomado experiencias de otros centros comerciales para éste?
12. En caso afirmativo (preguntar si son nacionales o extranjeros).
13. Sector socioeconómico de la población al que está enfocado esta P.C?.
14. Cosas o características que sean particulares o definan a esta P.C?.
15. En caso afirmativo ¿cuáles son?.

16. Medidas que realizan para garantizar la seguridad, y vigilancia en la P.C.
17. Cuándo se presentan personas alcoholizadas, parejas en actitud indecorosa, robos a comercios ¿Cómo lo resuelven?
18. ¿Se han dado cambios, ampliaciones, transformaciones en el espacio de las plazas comerciales y en el tipo de giros comerciales?
19. En caso afirmativo ¿A qué obedecieron?
20. ¿Cómo considera la competencia con los establecimientos del centro y de los otras P.C?
21. ¿Considera que le hace falta algo a esta Plaza?
22. Cantidad de personas durante el día, los días de la semana o los meses del año.
23. Hay giros comerciales o actividades que no consideren adecuadas para esta plaza.
24. Tienen informes sobre la cantidad de consumidores, y sus perfiles.
25. ¿Qué tipo de personas viene con poca frecuencia a no vienen a esta plaza?
26. ¿Para qué debe servir una P. C. en una ciudad como Mérida?
27. ¿Qué medio utilizan principalmente para promoverse?
28. Proporción entre tiendas nacionales y extranjeras en su centro comercial.

# Índice

## Agradecimientos.

<b>Introducción.</b>	1
Enfoques y perspectivas para el estudio de la ciudad.	1
Objetivos de la investigación.	6
Hipótesis de trabajo utilizadas en la investigación.	7
Metodología y técnicas empleadas.	9
Plan de exposición de la investigación.	21

## Capítulo I.

### **Espacios, lugares, actores, prácticas e imaginarios urbanos: enfoques y perspectivas para su estudio.**

I.1. Estructura urbana, espacio colectivo, espacio público y lugar.	23
I.2. Prácticas urbanas, percepción, representación y apropiación del espacio urbano.	34
I.3. Sobre los conceptos de imágenes e imaginarios urbanos.	46
I.3.1. La imagen urbana como construcción mental.	46
I.3.2. La imagen urbana como construcción cultural.	49
I.3.3. Los componentes de las imágenes urbanas.	53
I.3.4. La relación imágenes e imaginarios urbanos.	58

## Capítulo II.

### **La estructura urbana de Mérida: desarrollo y evolución Reciente, distritos y desplazamientos.**

II.1. Panorama general sobre la organización y funcionamiento de Mérida, 1900-1970.	69
II.2. Influencia de los procesos económicos y sociales en la modificación de la estructura urbana, 1970-1990.	77
II.2.1. Crecimiento demográfico.	77
II.2.2. La ocupación del suelo, periferia ejidal y reservas territoriales.	78
II.2.3. Instrumentos normativos del desarrollo urbano.	88
II.3. Estructura y funcionamiento de la ciudad en 1990.	93

Distrito I. Montejo (zona norte).	100
Distritos II. Alemán (nororiente) y III. Pacabtún (oriente).	104
Distrito IV. Kukulcán (suroriente).	107
Distrito V. Santa Rosa (zona sur).	109
Distritos VI. Mulsay y VII Canek.	114
Distrito VII. (Centro Histórico).	117
II. 4. Flujos, desplazamientos y uso segmentado del espacio urbano.	122
 Capítulo III.	
<b>La Plaza Principal de Mérida: historia, características y funciones, actores, usos e imaginarios.</b>	134
III.1. Introducción.	134
III.2. La Plaza Principal: orígenes y evolución del espacio público central de Mérida.	136
III.3. El entorno y el entornado de la Plaza Grande de Mérida.	147
III.3.1. Configuración y características del interior de la Plaza.	156
III.3.2. Un acercamiento etnográfico a los actores y rutinas.	161
III.4. Actores, rutinas e imágenes sobre la Plaza.	173
III.4.1. Perfil de los actores de la Plaza.	174
III.4.2. Las prácticas urbanas: usos, rutinas y apropiaciones.	186
III.4.3. Representaciones e imágenes sobre los otros actores de la Plaza.	203
III.4.4. Memoria histórica y significado(s) social(es).	213
 Capítulo IV.	
<b>El Centro Comercial Plaza Dorada, actores, prácticas e imaginarios urbanos.</b>	220
IV.1. Introducción.	220
IV.2. Centros comerciales, desarrollo y características.	223
IV.3. Los centros comerciales en México.	226
IV.4. Características y funcionamiento de las plazas comerciales de Mérida.	229
IV.5. La zona de estudio: “Plaza Dorada”.	238
IV.6. Etnografía de las plazas meridanas: Prácticas y representaciones sociales.	243
IV.7. Actores, usos y actividades de Plaza Dorada.	263
IV.7.1. Características y datos de ubicación de los actores.	265

IV.7.2. Las rutinas, preferencias e imágenes de los actores.	280
Capítulo V.	
<b>Comparando imaginarios y símbolos urbanos desde el lugar de las prácticas.</b>	303
V.1. Imágenes de los centros comerciales desde la Plaza Grande e imágenes de ésta desde Plaza Dorada.	303
V.1.2. Los centros comerciales imaginados por los actores de la Plaza Grande.	304
V.1.3. La Plaza Grande imaginada por los actores de Plaza Dorada.	309
V.2. Símbolos urbanos de Mérida.	314
<b>Conclusiones generales.</b>	329
<b>Bibliografía y fuentes utilizadas.</b>	336
<b>Apéndice.</b>	351