XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

La dimensión cultural y simbólica de la renovación del centro histórico de Bogotá.

Cristhian Camilo Rodriguez Herrera.

Cita:

Cristhian Camilo Rodriguez Herrera (2009). *La dimensión cultural y simbólica de la renovación del centro histórico de Bogotá. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-062/179

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

La dimensión cultural y simbólica de la renovación del centro histórico de Bogotá

Cristhian Camilo Rodriguez Herrera
Universidad de Buenos Aires
Maestría en Planificación Urbano-Regional
Bogotá-Colombia
Martin_s98@hotmail.com

Los Grandes Proyectos Urbanos (GPU) y las estrategias de renovación o recualificación de las áreas históricas de las ciudades (RCH) son reconocidos como uno de los temas centrales de la planificación Estratégica. Este tipo de intervención se presenta como la más adecuada para transformar a las ciudades y sus áreas estratégicas a las demandas que el modelo de globalización realiza a los ámbitos urbanos. Podríamos afirmar que estas se sitúan en el contexto y son al mismo tiempo, parte integral de los procesos de reestructuración de la económica mundial. De esta manera no es posible entender las transformaciones en el rol y función de las ciudades y el surgimiento de nuevas estructuras de producción, circulación y consumo de manera separada a los cambios impulsados a nivel global, al respecto Sassen (1998) afirma que los centros de las ciudades, en el mundo globalizado, adquieren una importancia estratégica pues como lo plantea: "En la actualidad hay una tendencia general a una gran concentración de los servicios financieros y de ciertos servicios para productores en la zona céntrica de los principales centros financieros internacionales del mundo".

Pero, ¿como el modelo de globalización incide en la configuración de un modelo de intervención urbana y en la transformación de los centros históricos, su cultura hegemónica y por ultimo su población?. Según Sassen (1998), desde mediados de los años ochenta se dio la intersección de dos procesos importantes que le dieron un nuevo papel a las ciudades en la economía mundial. El primero de ellos es el crecimiento de la "mundialización" de la actividad económica, elevando la escala y la complejidad de los negocios; y el segundo es el aumento del papel de los servicios en la organización económica. La desindustrialización, el cambio de modelo de acumulación fordista al flexible, la liberalización del mercado mundial y la tercerización de la economía son algunas de las características del proceso de globalización. En dicho contexto se afirmaba que el mercado global iría exigiendo cada vez más que las ciudades fueran "competitivas" y atractivas para los inversionistas. Las políticas económicas neoliberales de la época, que disminuyeron el papel del estado en la construcción de la ciudad, buscaron acercar inversores privados para poder contagiar a la ciudad de pragmatismo y materializar grandes proyectos de recuperaciones sectoriales (Novick 2003).

Las ciudades no sólo se integran a la competencia interciudades en el campo de la producción, sino que entrarían en una confrontación directa por la creación de símbolos, marcas e imágenes, que dan lugar a nuevas formas de estructuración de la misma (Sassano; 2001). Estos elementos conformarían, junto con la definición de unos cuerpos y discursos legítimos para la ciudad, la cultura legitima que las ciudades construyen para ofrecer al mercado simbólico, regional y mundial. Los aportes de los estudios culturales nos sirven para interpretar dicho campo de competencia simbólica, estos afirman que en la fase de globalización la cultura se convierte en un bien de consumo gobernado por los imperativos del mercado. En tiempos del capitalismo tardío, la "cultura" – es decir, el mercado de bienes simbólicos - se ha convertido en la columna fundamental para la reproducción del capital. (Castro-Gómez; 2000). De esta manera la cultura se entiende como un bien simbólico que se produce, distribuye y consume según los intereses de los actores sociales, económicos y políticos. Bajo dicho modo de intervención la cultura se acerca peligrosamente al su vaciamiento y limitación empobrecida como espectáculo para el ciudadano.

Bajo dicho contexto el modelo de intervención y gestión de la estructura física de la ciudad no sería limitaría entonces a la definición de un Plan que zonifique áreas urbanas, asigne inversiones públicas y regule normativamente el desarrollo de la ciudad. El enfoque de intervención urbana actuaria bajo principios de competitividad y eficiencia, acorde a los requerimientos de una economía de servicios y para esto no sería suficiente la simple organización del espacio urbano. Como afirma Espinheira(2004) En el fondo se trata de la ilusión tecnocrática de que la ciudad puede ser ordenada, de que se puede imprimir en ella una racionalidad que abarque todos los

campos, incluyendo el de la cultura. La utilización de instrumentos de intervención urbana como los GPU y los RCH pretendería de esta manera realizar actuaciones sobre el espacio urbano basados también en la dimensión cultural y simbólica que dichas actuaciones generan en el espacio urbano. Como afirma Fiori (2002) seria por lo tanto aconsejable que el ancla de la operación urbana fuese de naturaleza identitaria, motorizada de preferencia por un proyecto de animación cultural. S. Zukin (1995, 1998) señala cómo el capital simbólico, que representaba la cultura en épocas precedentes, se transformó en una estrategia comercial donde la cultura se convierte en objeto de consumo, produciendo fuertes transformaciones en la conformación del espacio urbano. Dicha lógica simbólica de representación termina afirmándose por medio de una marketización de lo urbano y lo cultural como una estrategia de venta de la ciudad al capital extranjero. Y es bajo la lectura de la economía simbólica y la intensión de consolidar una historia, una identidad, unas prácticas, unos sujetos y una visión de cultura hegemónica en donde los GPU dejan de ser un tema aparentemente vacio propio de técnicos o planificadores urbanos, como algunas veces es calificado por los científicos sociales, y se vuelve en un tema de vital importancia en el análisis de las practicas socio-espaciales. La apariencia y el ambiente de las ciudades reflejan sobre las decisiones sobre que- y quien- debe visibilizarse y que no, sobre los conceptos de orden y desorden y sobre los usos de poder estético (Zukin, 1995).

Ciudades como Quito, Guayaquil, Lima, Buenos Aires, Salvador de Bahia si bien con algunas diferencias entre si, han evidenciado procesos de RCH. Dicho recurso simbólico ha construido una imagen y un discurso hegemónico que pretende definir la estética, los sujetos y las prácticas legitimas para dicha área. A continuación, y de manera breve presentaremos algunas anotaciones respecto al proceso desarrollado en Bogotá.

Bogotá

Peinado (2005) afirma que la tendencia de Bogotá a partir de la década de los noventa, y en el resto de América Latina, ha sido la de consolidar y valorar la prestación de servicios en su economía, por ser este el sector que más empleos genera. Aristizábal, Mahecha y Ortiz (2005) plantean que la ciudad de Bogotá, para la década de los noventa, incentivó el arribo de inversores privados y tuvo grandes transformaciones económicas. Asi mismo a elevado su posición dentro del ranking de competitividad y de mejores ciudades para hacer negocios A pesar de esto aún muestra altos índices de desempleo, subempleo y un enorme sector informal, producto del deterioro de la actividad industrial, hasta tal punto que el 23% del área urbana está ocupada por asentamientos ilegales con un millón y medio de habitantes.

Este fenómeno, aparentemente contradictorio, de crecimiento económico y crecimiento de las desigualdades sociales no es exclusivo de Bogotá, pues como lo plantea Novick (2003), a nivel global en las dos últimas décadas, al estar las ciudades gobernadas por las fuerzas del mercado, se acentuaron las distancias entre clases sociales, pues el mercado privilegiaba áreas emblemáticas a nivel mundial y dejaba en la orfandad áreas no competitivas, contribuyendo significativamente a la fragmentación socio-espacial. Estas políticas de ajuste estructural vinieron a ahondar procesos de empobrecimiento de la población, condenando a amplios sectores sociales a un estado de vulnerabilidad permanente. La *nueva pobreza urbana* se conforma por una parte por la clase media empobrecida y por otra, por aquellos que venían padeciendo la pobreza severa y vieron rebajados sus mínimos de subsistencia hasta cotas inimaginables.

Entonces en qué consiste el tan nombrado "milagro Bogotano". Apartir de la década de los noventa el centro de la ciudad ha sido testigo de una transformación urbana notable, el proceso de RCH ha definido algunas estrategias de preservación de patrimonio e impulso a la oferta cultural en el sector entre otros. El objetivo definido a nivel general es "replantear la idea del centro de la ciudad tal como se le conoce hoy en día; "queremos convertirlo en 'eje principal' de Bogotá y para lograrlo lo primero que tenemos que hacer es que la zona sea atractiva para vivir en ella y lograr la *repoblación*[1] del mismo" (El Espectador 2007).¿Y repoblarlo con quienes? ¿Cuáles son los sujetos no deseados del centro de la ciudad, la cultura hegemonica y las imágenes aceptadas?. Los sujetos legítimos para habitar este nuevo centro "recuperado" son estudiantes, artistas políticos, turistas y snobs, todo aquel que la segmentación del mercado haya definido como los nuevos consumidores legítimos del centro de la ciudad.

Si bien dicha tendencia se ha implementado bajo diversas administraciones, es en el Gobierno de Peñalosa (1999-2001), en donde se diseñan y aplican las intervenciones más radicales en el sector, dejando un legado que los gobiernos siguientes de diversos matices políticos han continuado. Dos características se pueden extraer de dicho periodo; por una parte, el énfasis que se realiza en la intervención sobre el espacio público como estrategia efectiva para mitigar las desigualdades sociales. Al respecto afirmaba el ex alcalde de la ciudad de Bogotá Enrique Peñalosa (1999) "No es posible para el estado, en el corto plazo, darle a los pobres casas amplias y cómodas; automóviles; salidas a restaurantes o clubes o viajes. Pero si es posible darles parques y andenes excelentes, un espacio público de alta calidad que demuestre respeto por el ciudadano. Con parques y con andenes es como empezamos a resarcir, siquiera en una mínima parte, las desigualdades que hay en una sociedad". Si bien dentro del discurso de la planificación urbana existía algunas

[1] La cursiva ha sido agregada por el autor

referencias a la necesidad de evaluar e intervenir sobre los elementos estructurales que generaban la pobreza urbana, el modelo de Estado neoliberal y su política urbana (GPU) parte de la imposibilidad o el desinterés de desarrollar políticas efectivas ante dicha problemática. "La función del Estado, antes que nada, es atender el espacio público. La función del Gobierno Distrital es mantenerlo seguro, limpio, iluminado y, obviamente, apto para los peatones" (Peñalosa, 1999). Al respecto, y como segunda característica de dicho periodo, se hace notoria la creciente incidencia de organismos multilaterales en el diseño promoción, gestión y evaluación del RCH en Bogotá. Coulomb (2000), -refiriéndose a las políticas de intervención en Centros Históricos en Latinoamérica- plantea que éstas están condicionadas por medio de una serie de requerimientos definidos fuera de los contextos locales. Un ejemplo de actor externo que define de cierta manera la agenda de la política urbana local es que una de las exigencias del Banco Interamericano de Desarrollo BID, para atraer y dar certidumbre a las inversiones de los particulares, sea la recuperación de los centros Históricos. Se configura un escenario de *colonialismo* en donde se hace creciente la dependencia de una autoridad externa que brinde un reconocimiento, auspicie y gestione el proceso de renovación. No es casualidad entonces que el último proceso de intervención en el centro consista en la creación del Centro Cultural Español a desarrollar con el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional y que estará ubicado en una edificación de 3.500 metros cuadrados. Por tanto es lógico que en la visita realizada por los príncipes de Asturias a finales de mayo de 2009 el actual alcalde de la ciudad aprovechara la oportunidad para promover la materialización dicho proyecto como estrategia para ratificar a "la ciudad como capital cultural de Latinoamérica" y para consolidar las relaciones entre las dos naciones. La condición de *colonialismo* se refuerza al tratar de avalar la identidad propia bajos los parámetros del centro colonialista, al respecto el alcalde anuncia ante los príncipes, que la cultura, el lenguaje, la historia, son muy importantes para Bogotá (…) el príncipe y la princesa conocen no sólo de la historia de Colombia sino de Bogotá, y ellos mismo lo dijeron, el mejor castellano se habla en Bogotá, lo cual nos debe tener muy orgullosos a todos los capitalinos".

En el periodo 1998-2001 se inicio la campaña "2.600 metros más cerca de las estrellas" creada por el publicista argentino Ángel Becassino (Acuerdo 6 del 98). Profesores titulares de Marketing de la Universidad de León, ellos afirman la necesidad imperiosa de que las grandes ciudades creen marca de ciudad. Esto se articula con las demandas de competencia simbólica entre ciudades por medio de la gestión de la cultura legítima que se proyecta al mundo como la representación única de los habitantes de la ciudad. La idea de tener una marca ciudad pretendía emular de manera artificial casos como la Ciudad Luz (París) y la Gran Manzana (Nueva York) que

muestran la importancia de su existencia. Aristizábal, Mahecha y Ortiz (2005) han señalado que para Enrique Peñalosa, el espacio público es el símbolo de la imagen de la ciudad, además de ser el lugar de encuentro colectivo, por lo que las adecuaciones en éste estarían direccionadas al marketing de la ciudad. En dicho sentido la proyección de una nueva imagen de ciudad limpia y renovada empieza a ser significativo y para esto, construir un discurso identitatario y cultural ausente de conflictos, contradicciones y desigualdades se convierte en una estrategia fundamental, es decir, se hace imperioso domesticar la cultura.

Y entonces, que practicas, que sujetos y que representaciones son las legitimas para este nuevo centro histórico renovado. Cuál es el modelo de cultura que se pretende instalar en el espacio público de la ciudad. Uno de los proyectos emblemáticos de la RCH implementado en Bogotá fue el Proyecto Parque Tercer Milenio (PTM). El proyecto comprendía así un área de 16,7 hectáreas sobre una zona estratégicamente ubicada en la ciudad, sobre el sector de Santa Inés o "calle del cartucho" el cual es bastante conocido y popular en la ciudad de Bogotá por su problemática de elevados índices de pobreza, delincuencia y consumo de estupefacientes. Vale la pena recordar que para la década de los ochenta el área había sido declarada de Patrimonio Arquitectónico. El proyecto que pretendía una "recuperación social" de los habitantes de la zona y que al mismo tiempo afectara en el imaginario social de los Bogotanos. No obstante a lo largo de los 8 años de implementación del proyecto sus objetivos sociales se relegaron en segundo plano especificando sus gastos más en los elementos de carácter arquitectónico-paisajístico.

La fragmentación social se expresa en fragmentación territorial. Y durante décadas el sector de la calle del cartucho, en pleno centro metropolitano, se convirtió en el territorio donde confluían los sectores disimiles al modelo de sociedad de consumo. La administración de Enrique Peñalosa se encuentra entonces con las necesidades de: afrontar la globalización, volver a la ciudad competitiva, valorizar el corazón de la ciudad y, justo allí, transformar un territorio con los más graves problemas sociales. Haciendo el ejercicio mental de imaginarse los posibles rumbos a tomar, nos encontramos básicamente ante dos alternativas. La primera, atacar el problema social directamente para elevar la calidad de vida de los habitantes del sector, valorar los sujetos habitantes de la zona. O la segunda, incentivar un proceso de gentrificación, implementar una actuación simbólica que niegue a los otros-sujetos, e imponer un modelo de desarrollo urbano y de sociedad legitima. Tomar la segunda opción, podía parecerse a una caricatura (Figura 1).

Figura 1. Modificado de original de Quino.[2]
Cortesia. Soc. Juan Camilo Bolaños, Arq. Fernando Quiceno e Ing. David Restrepo.

Bajo dichas estrategias (GPU y RCH) los problemas sociales de las pobladores de las áreas centrales no son resueltos, sino camuflados a través de la expulsión de los moradores y usuarios (Ormindo; 2004). El problema de los habitantes de la calle del cartucho nunca fue solucionado por las administraciones que promovieron la creación del PTM. Solo luego de las protestas y el desalojo se inició la reubicación de los habitantes del sector, aunque de los cerca de diez mil habitantes del sector (aunque la cifra nunca se supo con exactitud), sólo 800 serán reubicados mediante una política de atención tardía.

En el imaginario del centro renovado de la ciudad, configura unos cuerpos legítimos acordes y con la *repoblación* y unos cuerpos otros anómalos el modelo de sociedad y cultura hegemónico. El dilema con la calle del cartucho radicaba en su proximidad con los centros de poder político y cultural del país. Eran estos cuerpos y espacios disimiles a la imagen prototípica de la sociedad de consumo. El cuerpo sucio se configuró como sinónimo de lo oscuro, repulsivo, enfermo, disfuncional contaminado y contaminante en un nuevo centro en donde lo limpio y el espacio público ordenado se convierte en sinónimo de desarrollo. Bajo dicho principio las intervenciones que continuaron la RCH se han orientado entorno a la refuncionalización de edificios antiguos de valor patrimonial y en desuso durante décadas, para luego colocarlos en venta a grupos "exclusivos" de la sociedad Bogotana.

Para finalizar y ante las tensiónes y conflictos que emergen con la configuración de una cultura legitima iniciado por el proceso de RCH de Bogotá, se hace necesario preguntarse por las visiones criticas y alternativas que hagan un énfasis en los procesos de resistencia a dicha demanda de la economía global. Al igual que en otras ciudades poco a poco se hace evidente procesos de organización de procesos sociales en pugna con dicha estrategia urbana.

[2] Tomado de http://mafalda.dreamers.com/

Bibliografía

- Aristizábal, N., Mahecha, E. y Ortiz, A. 2005. "Presentación de la ciudad de Bogotá" en: Carmona, M. y Arrese, A. (comp.) Globalización y grandes proyectos urbanos: la respuesta de 25 ciudades, Ed. Infinito, Buenos Aires, pgs. 201-213.
- Azevedo, Paulo Ormindo, 2004 "El pelourinho de Bahia cuatro décadas despues" en ICONOS No 20 Flacso-Ecuador, Quito, septiembre. pp 45-52
- Bogotá Cómo Vamos (2000). La pobreza en Bogotá en: http://www.fundacioncorona.org.co/descargas/PDF_publicaciones/Gestion/Gestion_La_Pobreza_en_Bogota.pdf
- Cambio (2007). "Volver al corazón: La recuperación, renovación y redensificación del centro de Bogotá, un reto para arquitectos y urbanistas". En: http://www.cambio.com.co/tendenciascambio/726/ARTICULO-PRINTER_FRIENDLY-PRINTER_FRIENDLY_CAMBIO-3570521.html
- Castro-Gomez, Santiago.2000 "Althusser, los estudios culturales y el concepto de ideología". En; revista Iberoamericana. No. 193.
- Centro de Medios Independientes. 2005. La multiplicación del cartucho. En: http://colombia.indymedia.org/news/2005/04/24629.php
- Coulomb R., 2000. "Modelos de Gestión en Centros Históricos de América Latina y el Caribe". En busca de la integralidad, la gobernabilidad democrática y la sostenibilidad. En: Carrión (ed.) Ciudad Construida – Urbanismo en América Latina- FLACSO ECUADOR, Junta de Andalucía
- Espinheira Gey. "El patrimonio como domesticación de la cultura" En: ICONOS No 20. Flacso- Ecuador, Quito. p.p 69-77
- Fortuna,C. 1997. "Un caso de destradicionalización de las imágenes de la ciudad". En: Cidade, cultura e Globalización. Ensaios de Sociologia Carlos Fortuna (Comp). Ed. Celta. Oeiras
- Novick, A. 2003. "Espacios y proyectos. Oposiciones, hegemonías e interrogantes", en: Novick, A. (ed.) Las dimensiones del Espacio Público, Problemas y proyectos, GCBA, pgs. 65-73.
- Kingman, Eduardo. 2004. Patrimonio, políticas de la memoria e institucionalización de la cultura", En; ICONOS No 20. Flacso- Ecuador, Quito pp. 26-34
- Peinado, J. 2005. "Gran Proyecto Urbano: Bogotá 2005" en: Carmona, M. y Arrese, A. (comp.) Globalización y grandes proyectos urbanos: la respuesta de 25 ciudades, Ed. Infinito, Buenos Aires, pgs. 214-218.
- Peñalosa, E. 1999. "Bogotá: Una ciudad para la gente no para los carros" en Cuadernos de la capital, No 7/99. Escuela de Administración Pública. ESAP, Bogotá, pgs. 9-23
- Robledo , Angela. Rodriguez, Patricia. 2008 "Emergencia del sujeto excluido: aproximación genealógica a la no-ciudad en Bogotá" Ed. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá
- Vergara, Ricardo. 2006 "Transformaciones de la imagen de una ciudad: repercusiones de la renovación urbana". En; Memorias. Año 3. No 6 Uninorte. Barranquilla.
- Sassano, Silvana. 2001. "Transformación de un espacio urbano: el caso del mercado de Abasto de Buenos Aires. En; Anales de Geografia de la Universidad Computense no 21. España
- Sassen, S. 1998. "Seminario: La ciudad en la economía global". Universidad Torcuato di Tella. Centro de Estudios de Arquitectura Contemporánea.
- Zukin, S, (1995). " ¿Whose culture Whose city? en The cultures of cities. Cambrige MA. Ed. Blackwell