



Melina **JAKUBOWICZ***

*. Estudiante avanzada de la Licenciatura en Sociología (UNMDP). Adscripta a la docencia. Becaria de CIN bajo el programa Becas de Estímulo a las Vocaciones Científicas.
E-mail: melinajaku@hotmail.com

PRESENTADO: 18.09.17

ACEPTADO: 14.10.17

ACCESIBILIDAD SIMBÓLICA AL ESPACIO PÚBLICO

ESTUDIO DE CASO SOBRE LA INTERVENCIÓN "CALLES PARA LA GENTE".



77

Resumen

En este artículo se indaga sobre las representaciones de espacio público en pugna detrás de la intervención "Calles para la Gente", implementada en el sector comercial de la calle Güemes de la ciudad de Mar del Plata desde 2013. Se hace particular hincapié en los problemas de accesibilidad simbólica a este sector comercial para ciertos sectores de la sociedad. Mediante un debate teórico sobre la accesibilidad simbólica al espacio público y una breve caracterización de las zonas comerciales de Mar del Plata, se considera aquí que en el sector comercial Güemes se ha constituido un acceso diferencial marcado por lo simbólico, que permite el consecuente cuestionamiento de "Calles para la Gente" como un espacio público que permita el encuentro con el otro.

Palabras Clave: Espacio público - Accesibilidad - Imaginario urbano.

Summary

This article seeks to inquire on public space representation behind urban intervention program “Calles para la Gente” [Streets for People], implemented in the commercial strip located around Güemes street, in Mar del Plata, Argentina, in 2013. Special emphasis is put on symbolic accessibility issues regarding this business area for certain social classes. This study presents a theoretical debate on symbolic accessibility to public space and a brief characterization of commercial strips in Mar del Plata. Through these tools, we arrive to the conclusion that there is a differential symbolic access to the Güemes commercial strip, which leads to challenging the idea of “Calles para la Gente” as a public space that will allow people to interact with the Other.

Key words: Public space, accessibility, urban imagery.

INTRODUCCIÓN

En el año 2012, la ciudad de Mar del Plata es elegida por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) para formar parte de la ICES: Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles. Esta iniciativa busca dar respuesta a las problemáticas creadas por la creciente y acelerada urbanización mediante la implementación de diversas medidas y políticas (BID, 2012). En este marco, en el año 2013 se realiza en la zona comercial Güemes una prueba piloto de una política llamada “Calles para la Gente” con el fin de generar un lugar de descanso y permanencia, mayor seguridad peatonal, y mejor calidad ambiental. Esto último mediante el desaliento al uso del automóvil en la zona y la incorporación de vegetación en los espacios de descanso. En el año 2014, luego de evaluar los resultados de la prueba piloto, se implementó esta medida en su totalidad, en todas las esquinas del sector comercial Güemes. Cabe aclarar que desde el Municipio se barajó la posibilidad de implementar esta misma política en otros dos sectores comerciales de la ciudad: 12 de Octubre y el Microcentro. Los motivos de la elección del sector comercial Güemes nunca fueron especificados.

Importa aquí también realizar una breve caracterización del sector comercial estudiado. Según el arquitecto Héctor De Schant (citado en Marino, 2005), la calle Güemes es un subcentro de la ciudad que atrae a usuarios y consumidores. Es principalmente un centro comercial que sirve para lugar de compras y de intercambio social para los sectores medios y altos de los marplatenses y los turistas. Se puede observar una segmentación de sus usuarios en función de un proceso de

“elitización”, que tiene como resultado el haberse convertido en un espacio público selecto y selectivo de la ciudad. Esto implica que absorbe las cuotas de consumo de esos segmentos sociales, restándoselas a otras zonas comerciales y equipamientos de la ciudad. Estas otras zonas comerciales vienen sufriendo un proceso de deterioro como consecuencia del retiro de las clases medias y altas, y se han visto obligadas a modificar el tipo de comercio en función a los nuevos tipos de usuarios y consumidores.

En este marco, la pregunta de investigación central de mi tesina de grado indaga sobre las representaciones de espacio público en pugna que operan en esta intervención particular. A su vez, interesa también analizar sobre la accesibilidad simbólica a este sector comercial de la ciudad.

Se entiende aquí al **espacio público** como un factor multidimensional, que posibilita e incentiva el encuentro con el otro, con lo desconocido (Borja, 2003). El espacio público se caracteriza fundamentalmente por la heterogeneidad de usuarios y de usos. Este tipo de espacio público es flexible y accesible. A través del uso, de la acción, los colectivos dotan al espacio de significado social.

Además, el espacio público es donde la sociedad se presenta y representa. Las relaciones entre el poder y la ciudadanía se materializan en el tejido de la ciudad compuesta por calles, plazas, áreas comerciales, que son en definitiva el ámbito físico de la expresión colectiva de la diversidad social y cultural.

En definitiva, el espacio público tiende a la mezcla

social, hace de su uso un derecho ciudadano de primer orden, así el espacio público debe garantizar en términos de igualdad, la apropiación por parte de diferentes colectivos sociales y culturales, de género y edad. El derecho al espacio público es en última instancia el derecho a ejercer como ciudadano que tienen todos los que viven en las ciudades (Borja, 2003).

La dimensión de la accesibilidad resulta de especial importancia en este trabajo. Para que un espacio público pueda ser considerado como tal, debe ser accesible a los diversos colectivos que habitan la ciudad. Nos referimos a la accesibilidad a un espacio en términos tanto físicos como simbólicos. El acceso a un espacio dependerá de la existencia o no de barreras arquitectónicas y físicas que impidan el uso de determinado espacio por todos los individuos. Esta accesibilidad es fácilmente observable. Sin embargo, cuando nos referimos a la accesibilidad simbólica a un espacio público estamos hablando de una cuestión mucho menos observable. Consideramos que existe una diferenciación simbólica que se muestra con elementos de status, de poder, de nivel socio-económico, de exclusividad, de diferencias graduales que se construye colectivamente, es histórica, social, cultural y recreada. Esta diferenciación cumple una función como ordenadora del espacio. La ciudad es un sistema complejo que expresa las relaciones de reproducción social, con marcas culturalmente incorporadas que identifican actores y sectores. Existen marcas físicas y simbólicas en la organización de la ciudad que generan que el acceso de los distintos sectores sociales al espacio construido sea diferencial, y por lo tanto se generen diferencias entre el derecho y el acceso real de la población a la ciudad (Tella, 2015).

A la hora de investigar sobre la accesibilidad simbólica, encontramos que es un concepto raramente utilizado para referirse al espacio público. Como hemos mencionado, se hace referencia a la accesibilidad en términos físicos y de barreras arquitectónicas. Sin embargo, consideramos que la dimensión simbólica de este aspecto es de crucial importancia a la hora de realizar un estudio sobre la ciudad y sus usos. Esta dimensión simbólica estará íntimamente ligada al concepto de imaginario urbano. El imaginario funciona sobre la base de representaciones que son una forma de traducir en

una imagen mental, una realidad material o bien una concepción. En otros términos, en la formación del imaginario se ubica nuestra percepción transformada en representaciones a través de la imaginación, proceso por el cual la representación sufre una transformación simbólica (Hiernaux, 2007).

La hipótesis de trabajo que subyace refiere a los problemas de accesibilidad simbólica al sector comercial Güemes para ciertos sectores de la sociedad. Se considera aquí que en este sector se ha constituido un acceso diferencial marcado por lo simbólico, que permite el consecuente cuestionamiento de la intervención “Calles para la Gente” como generador de un espacio público que permita el encuentro con el otro. Si bien es claro que no existen barreras físicas o arquitectónicas de acceso a esta zona de la ciudad, el uso y la apropiación de los espacios que ofrece no es igualitaria para toda la sociedad marplatense, en tanto se aprecia una demarcación simbólica, construida histórica y socialmente, que otorga al sector en cuestión cierta selectividad y exclusividad de usuarios. Podría hablarse de una especie de *habitus* social urbano que surge a partir de la lectura, aceptación y reproducción de estos símbolos que operan en la ciudad.

En este marco, es válido preguntarse sobre las lógicas de diferenciación simbólica que operan en este sector comercial, haciendo particular hincapié en la posibilidad de los distintos usuarios provenientes de diferentes sectores socio-económicos, de hacer una apropiación igualitaria del espacio público. En la medida en que se constituye un centro comercial a cielo abierto, más que un espacio cívico, esta intervención se inscribiría en una lógica mercantil o de consumo, que concibe al usuario como un consumidor, en oposición a una lógica ciudadana que concibe al usuario como un ciudadano portador de derechos, como el derecho a la ciudad. Se percibe y concibe al espacio público desde una acepción similar a la del espacio privado, ya que se constituye como una forma de articular y revitalizar una zona comercial.

Podríamos especular que esta intervención beneficia a la valorización de un sector de la ciudad que ya se encontraba valorizado, a la vez que profundiza las dinámicas de disolución y fragmentación operantes en la ciudad (Borja, 2003), en

tanto contribuye a un cierto deterioro del resto de los sectores comerciales y culturales de la ciudad. Esto a su vez genera una creciente fragmentación de la ciudad y la proliferación de núcleos urbanos habitados por distintos sectores socio-económicos, atentando contra la esencia misma del espacio público: el encuentro con el otro.

Podríamos también pensar que esta intervención se enmarca en un proceso de mercantilización del espacio público. En este proceso se concibe a la ciudad como un producto de marketing, con la capacidad de atraer inversores y capitales. La concepción de espacio público detrás de este proceso de mercantilización difiere casi en su totalidad con el planteado en esta investigación. El espacio público se ha convertido en un vacío entre construcciones que debe llenarse de acuerdo a los objetivos de promotores y gobiernos: espacios asépticos que aseguren sus conceptos de utilidad, seguridad y control.

En el marco de la ciudad-mercancía, toda actividad debe tornarse productiva, inclusive el esparcimiento y el ocio realizados en el espacio público (Alessandri Carlos, 2014). Es en este marco que el sentido de los espacios públicos se ve modificado, en tanto se busca una reconfiguración urbana que asemeje los espacios públicos a los grandes lugares de consumo (centros comerciales), para que su uso

y apropiación sea esencialmente comercial y hedonista (Sequera, 2014). Esto implica también que el uso y la apropiación que se le dé a estos espacios estarán signados por marcas de clase, generando procesos de polarización y segregación.

Podríamos pensar que la intervención de “Calles para la Gente” cumple con la función de esparcimiento fomentando el encuentro entre agentes de igual condición o clase social, con un alto grado de homogeneidad en intereses y gustos. En este espacio, la heterogeneidad no tendría lugar, lo cual permitiría cuestionar la existencia de un espacio público de integración social (Filipe y Ramírez, 2016).

Hemos encontrado algunas investigaciones precedentes sobre intervenciones similares que han sido abordadas en su mayoría desde una perspectiva arquitectónica y de carácter descriptivo. Estas investigaciones han referido a los procesos de transformación del espacio urbano (Rótolo, 1997) como así también a las barreras arquitectónicas para la accesibilidad peatonal (Yeannes, 2013), o a la revitalización económica proveniente de la creación de espacios para permanecer (Olivera y Erviti, 2015) pero no han profundizado en torno a las implicancias simbólicas que subyacen a esos procesos, que es justamente el abordaje que aquí proponemos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alessandri Carlos, A. F. (2014) La ciudad como privación y la reapropiación de lo urbano como ejercicio de la ciudadanía. En: *Scripta Nova*, vol. XVIII, núm. 493 (08).
- Böcker Zavaró, R. (2003) *Desarrollo, planificación estratégica y corporativismo local: El caso de Mar del Plata*. (Tesis de doctorado). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Rovira i Virgili. Recuperado de http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/tesis/docs/externas/bocker_r.pdf.
- Borja, J. y Castells, M. (1998) *Local y global, la gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.
- Borja, J. y Muxí, Z. (2003) *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Filipe Narciso, C. y Ramírez Velázquez, B. (2016) *Discursos, política y poder: el espacio público en cuestión*. En: *Territorios*, Número 35, Rosario.
- Hiernaux, D. (2007) *Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos*. En: *EURE*, vol. XXXIII, núm. 99, agosto, 2007, pp. 17-30. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19609903>.
- Marino, A. (2005) *El impacto social y económico de la "Zona Güemes"*. MDP Online. Recuperado de http://www.mdp.com.ar/noticias/el_impacto_social_y_economico_de_la_zona_g_emes/.
- Neiman, G. y Quaranta, G. (2006) *Los estudios de caso en la investigación sociológica*. En Vasilachis (comp.), *Estrategias de investigación cualitativas*. Barcelona: Gedisa.
- Olivera, A. y Erviti, C. (2015) *Configuración del espacio público: Lugar de encuentro y espacio de sociabilización*. En: *Revista Info CAPBA DIX* vol. 12.
- Pérez, P. (1995) *Actores sociales y gestión de la ciudad*. En: *Ciudades*, nro. 28, octubre-diciembre.
- Rótoló, M. (1997) *Procesos de Transformación en el espacio Urbano: un análisis comparativo*. En Cignoli, A. (comp.) *La cuestión urbana en el posfordismo, la dinámica reciente del desarrollo urbano de Mar del Plata*. Rosario: Homo Sapiens.
- Segovia, O. (comp.) (2007) *Espacios Públicos y construcción social: hacia un ejercicio de la ciudadanía*. Santiago de Chile: Ediciones SUR.
- Sequera, J. (2014) *Ciudad, espacio público y gubernamentalidad neoliberal*. En: *URBAN*, marzo - agosto 2014, NS07.
- Tella, G. (dir.) (2015) *El orden socioespacial: La ciudad como dispositivo cultural*. Construcción de espacio, sociedad, cultura y simbolismo. (Investigación). Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Yeannes, M. (2013) *El cero urbano. La accesibilidad peatonal en los espacios públicos de la ciudad de Mar del Plata*. (Tesis de maestría). Centro de Investigaciones Ambientales (CIAM), Universidad Nacional de Mar del Plata.

