

Criterios económicos y políticas de renovación urbana en la Plaza Tapatía

BASILIO VERDUZCO CHÁVEZ

Introducción

Uno de los problemas más agudos que aquejan a las grandes ciudades, como Guadalajara, es el deterioro de su zona central. Este hecho se refleja en el pobre desempeño de sus actividades comerciales y en la salida de los grupos de mayores ingresos hacia los nuevos suburbios. La gravedad de esta situación ha despertado el interés por adoptar políticas urbanas para revitalizar el centro histórico con proyectos que le permitan recuperar su primacía en la economía de la ciudad.

En el caso de Guadalajara, las políticas instrumentadas no han alcanzado el éxito esperado. El mejor ejemplo de lo anterior es el proyecto de la Plaza Tapatía, que se construyó en la década de los ochenta y no ha podido consolidarse como espacio urbano atractivo y dinámico. Existen otros proyectos menores que tampoco han incidido en los usos del suelo ni en la dinámica urbana de expulsión de actividades hacia la periferia; entre ellos se encuentran la renovación de la plaza localizada frente al templo Expiatorio, el intento de renovar la zona de las Nueve Esquinas cuando se cerraron algunas calles

al tráfico vehicular, y el cambio de imagen que se trató de dar al parque Agua Azul y al centro comercial en torno al condominio Guadalajara.

Recientemente se puso en marcha un proyecto denominado Cien Manzanas con el respaldo de inversionistas privados. Aún no es posible evaluarlo, pero la prisa con la que se está instrumentando y la poca discusión pública que lo antecedió permiten pronosticar que tendrá un alcance muy limitado y serias consecuencias en la organización social del centro de la ciudad (Cruz, 1997).

El propósito de este artículo es discutir la viabilidad de los proyectos de renovación urbana dando especial atención a los criterios económicos y de política urbana utilizados en su formulación. Se propone que una condición para que los proyectos logren revitalizar los espacios urbanos centrales y contribuir para que la ciudad pueda ubicarse mejor en el contexto actual de la economía internacional es poner especial atención en los principios básicos de la economía urbana y en los procesos políticos que ocurren en la ciudad.¹ Para ilustrar el argumento se comentan las propuestas recientes de renovación para la Plaza Tapatía.²

Teoría y práctica de la economía urbana

La renovación de la ciudad no puede ser vista solamente como un buen negocio, sino también como una oportunidad para rescatar el legado histórico y la herencia cultural. Ciertamente, por los beneficios económicos que produce, debe interesar a los capitales locales en la medida en que permite elevar la plusvalía de los espacios renovados y crear un mejor ambiente de negocios en la ciudad. Esto ha quedado ampliamente demostrado por la experiencia de las ciudades de diversos países, muy especialmente de Estados Unidos, en donde las alianzas políticas y la iniciativa privada han emprendido gigantescos proyectos de rescate de los centros urbanos utilizando complejos sistemas que comprenden ingeniería financiera, reforma institucional e investigación de los procesos urbanos (Frieden y Sagalyn, 1990; Squires, 1989; Verduzco, Bringas y Valenzuela, 1995).

Pero si la renovación es un negocio, también es fuente constante de conflictos urbanos. En principio, casi todo mundo puede estar de acuerdo en que es necesario hacer algo por

El autor es profesor investigador del Instituto de Estudios Económicos y Regionales (Ineser) de la Universidad de Guadalajara. Se le puede enviar correspondencia al correo electrónico Basilio@cea.udg.mx.

el centro de la ciudad, el problema está en los detalles de qué y cómo hacerlo. Por ejemplo, ya no es tan fácil —como fue hasta hace poco— demoler manzanas enteras y construcciones con valor arquitectónico ni desplazar residentes y usuarios de barrios en decadencia. La renovación es un proceso que debe ser abierto al debate público y no puede ser controlado exclusivamente por los intereses de un grupo económico o de una agencia del gobierno.

Un ejemplo de la complejidad de las soluciones a la necesidad de renovación son las opciones posibles para revitalizar la Plaza Tapatía y ver las limitaciones de algunas propuestas recientes.

En 1996, el ayuntamiento de Guadalajara y el gobierno del estado convocaron a la comunidad a aportar ideas y conceptos de renovación urbana para la Plaza Tapatía. Sin embargo, ese ejercicio estuvo lejos de ser un esquema de planeación participativa puesto que no había discusión real de las propuestas. Con algunas variaciones, los proyectos presentados planteaban la necesidad

de crear un espacio urbano más atractivo para la población, para lo cual proponían usos del suelo que no existen en la actualidad o bien proponían mejorar el ordenamiento interno de la plaza.

En las propuestas presentadas predominaron dos tipos de soluciones: en primer lugar, se impuso el diseño arquitectónico sobre el análisis conceptual de cómo se articula la economía del centro de la ciudad con el resto de la economía de la metrópoli; en segundo lugar, se hicieron múltiples sugerencias para crear instalaciones de diversión que cumplirían una función complementaria y difícilmente lograrían un eslabonamiento productivo ni ser la base de innovaciones para la economía de la ciudad.

Lo anterior es un ejemplo de las deficiencias que pueden tener las políticas de renovación urbana que carecen de bases conceptuales sólidas. Un análisis más detallado de los procesos urbanos sugiere que es necesario considerar tres principios económicos básicos: 1) la existencia de economías de aglomeración; 2) las

externalidades que generan los proyectos urbanos, y 3) la conexión que existe entre los usos y la renta del suelo y las facilidades de transporte urbano.

Cuando falla alguno de estos principios es muy probable que los proyectos tengan poco éxito y no logren influir en la dinámica urbana (Heilbrun, 1987). Además, se deben tomar en cuenta las barreras de orden político-burocrático que existen en toda área urbana para proponer soluciones estratégicas.

Aglomeración y base económica

Según los expertos en economía urbana, un hecho que distingue a todos los distritos urbanos de fama mundial es que de alguna manera han acumulado múltiples elementos que se favorecen entre sí, creando lo que se conoce como economías de aglomeración (Heilbrun, 1992). Éstas son las ventajas que obtienen unos usuarios del suelo urbano al estar localizados cerca de otros que son complementarios y que forman una masa capaz de atraer a los posibles clientes de los bienes y servicios que se ofrecen en esos espacios e inducir procesos de innovación constante. El reconocimiento internacional de algunos de estos distritos se debe no solamente a la calidad de los bienes y servicios que en ellos se pueden encontrar, sino también a su diversidad y a los encadenamientos que logran hacer con otros sectores de la vida urbana.

La existencia de estos distritos puede ser resultado de proyectos impulsados abiertamente por el sector público, pero a menudo son producto de la acción estratégica del capital inmobiliario para revalorizar las pro-



iedades (Smith, 1992). Ejemplos de este tipo de distritos es lo que en Guadalajara se conoce como "zonas especializadas", tales como la zapatera y la azulejera, entre otras. En la zona metropolitana de Guadalajara la mejor aproximación a la noción de distrito urbano de proyección internacional es la aglomeración de establecimientos comerciales y de servicios en torno a la producción y venta de artesanías y muebles que se ha creado desde hace décadas en el centro de Tlaquepaque. Este distrito es uno de los centros donde se estimula la innovación, la competencia y la diversificación de la producción y de los servicios. En uno de los últimos cambios observados en esta zona se han establecido restaurantes, cafés y bares, que son un complemento al comercio de artesanías y muebles.

A nivel internacional, algunos casos famosos son el distrito de teatros de Broadway en Nueva York, que al concentrar actores, productores, escenógrafos, directores y músicos, entre otros, sirvió de base para el surgimiento de las industrias de la radio y la televisión; o la transformación del distrito de Soho, en esa misma ciudad, que evolucionó de ser una vieja zona industrial en decadencia para convertirse en centro vanguardista de arte.

En vista de lo anterior, se puede decir que en el caso de Guadalajara ningún proyecto de renovación de la Plaza Tapatía puede ignorar los procesos de aglomeración que ahí existen desde hace décadas. Por su localización, tamaño y estructura actual, esta zona ofrece un gran potencial para crear una aglomeración urbana capaz de trascender a nivel internacional. Para ello es necesario

seleccionar una o dos actividades básicas capaces de generar encadenamientos productivos directos e indirectos en el perímetro del área seleccionada para el proyecto de revitalización.

Algunas de las actividades con mayor potencial son la joyería y las artes gráficas, y en menor medida la gastronomía y el diseño. La importancia de la joyería se manifiesta en la concentración de centros joyeros en las inmediaciones de la Plaza Tapatía. En entrevistas con expertos y líderes de esta actividad, y en la consulta de revistas especializadas, se encontró que para la creación de un distrito joyero de importancia internacional hace falta atraer a esta zona escuelas de joyería, diseñadores, publicistas, talleres, comercializadoras, salas de exhibición, bancos, etcétera. De acuerdo con los directivos de la Asociación de Joyeros y Plateros, existen posibilidades de abrir una escuela de joyería, considerando la capacidad y experiencia que existe en la ciudad en esa área.

Además de lo anterior, la Plaza Tapatía es un espacio propicio para concentrar las actividades relacionadas con las artes gráficas, que actualmente se encuentran dispersas por la ciudad. En entrevistas realizadas con expertos de ese sector se encontró que actualmente gran parte de los trabajos que requieren más calidad son enviados a ciudades como León, Monterrey y México porque aquí se carece de instalaciones apropiadas. La experiencia de otros países como Bélgica, Italia o España muestra que un proyecto basado en esta actividad debería incluir escuelas, estudios, videosalas, librerías especializadas, talleres gráficos, galerías multimedia y cafés.

Tanto en la joyería como en las artes gráficas predominan microempresas de propiedad familiar, en las que Jalisco ocupa ya un lugar muy importante. Así, por ejemplo, se estima que en la ciudad existen aproximadamente 800 talleres fabricantes de joyería en oro y plata que generan 12 mil empleos directos y 25 mil indirectos. Esta actividad exporta a Estados Unidos y Europa. Por su parte, la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas estima que hay en Guadalajara aproximadamente 776 establecimientos, la mayoría de ellos también son microempresas.

En general, la innovación en estas actividades es muy limitada a pesar de la larga tradición que existe. Un proyecto estratégico de renovación puede crear las condiciones para elevar la competitividad de estas actividades.

El análisis de distritos exitosos indica que una vez seleccionadas las actividades básicas, el proyecto debería tomar en cuenta la oferta de bienes y servicios diversos en una combinación capaz de atraer personas de diversos gustos, preferencias y niveles de ingreso, así como de mantener activa la plaza las 24 horas del día. Esto significa que las instalaciones de diversión, más que ser la base económica del centro como se ha sugerido en diversas propuestas, deben ser el complemento urbano de una economía local vibrante.

La concentración de establecimientos para crear una aglomeración exitosa debe incluir también centros de investigación y puestos de trabajo bien remunerados en actividades económicas básicas; es decir, con capacidad de proyección internacional para usar tecnología de punta y apro-

vechar los beneficios de una localización central.

Externalidades e imagen urbana

La ciudad es un espacio creado por los usos y costumbres predominantes en la sociedad. Las políticas urbanas son tan debatidas porque la discusión se refiere a cuáles son las opciones de intervención en el paisaje urbano, entendido éste no sólo como el arreglo geométrico de las construcciones en el espacio urbano, sino como la especialización de las prácticas sociales, un proceso que puede ser controlado para lograr objetivos específicos. En este sentido, los proyectos de renovación urbana no pueden ser concebidos como proyectos arquitectónicos que pueden sustraerse a la dinámica social, sino como instancias que se inscriben en el contexto histórico de cambio social urbano.

En la perspectiva económica, un proyecto urbano debe tomar en cuenta las externalidades que genera y cómo le afectan las condiciones de su entorno. Por ello resulta cuestionable que en diversos proyectos de renovación de la Plaza Tapatía se contemple la construcción de una plaza de toros que reemplazaría la que ahí existió hasta su demolición para dar cabida a las actuales construcciones. El efecto que tienen obras similares en la economía de la ciudad es muy incierto (Rosentraub, Swindell, Przibylsky y Dullins, 1994).

Esta es una idea con cuatro problemas fundamentales: 1) ignora las externalidades negativas que dicha instalación tendría en el centro de la ciudad, como son ruido, inseguridad y tráfico vehicular; 2) da por hecho

que una nueva plaza tendría el mismo valor arquitectónico que una construcción antigua; 3) no contempla el cambio paulatino en los valores sociales y que, por lo tanto, las corridas de toros son cada vez menos atractivas entre amplios sectores de la sociedad, y 4) desconoce los impactos que tendría en las otras plazas que ya existen en la zona metropolitana.

Los proyectos de renovación no son responsables de lograr los cambios en la cultura urbana pero sí pueden llegar a ser modelos a seguir de la forma como se articulan los espacios urbanos, los usos sociales del espacio y las metas de desarrollo económico de una ciudad.

Una de las razones más comunes por las que algunos proyectos fallan es que se les concibe al margen del tejido urbano existente en las zonas centrales de la ciudad, en el que desempeñan un papel destacado la forma como se entrelazan los espacios físicos y los intereses políticos, económicos y sociales de los actores que resultan afectados con un proyecto de renovación. Esto significa que, en el plano físico, es más importante preocuparse por la forma como interactúan las áreas renovadas y las no renovadas, antes que trazar una línea de hasta dónde llega el proyecto de renovación.

Una limitante de los esfuerzos de renovación que se han hecho para la Plaza Tapatía ha sido precisamente esa. No obstante, se observa que a pesar de las barreras físicas que se establecieron en el proyecto original de la misma para crear un espacio separado del resto del tejido urbano, todavía existen posibilidades de reconstruir, aunque sea parcialmente, la noción de barrio residencial que

prácticamente ha desaparecido de la zona; para lograrlo existen diversos obstáculos, entre los que destacan la inseguridad y la contaminación excesiva provocada por el tráfico vehicular, las cuales son externalidades muy negativas.

Comunicación intraurbana

Otro de los problemas de los proyectos de renovación es que a menudo carecen de un esquema que les permita una comunicación eficiente con el resto de la ciudad. Esta es una deficiencia seria si se considera que hay una relación muy fuerte entre las facilidades de transporte y los usos y renta del suelo. En teoría, un espacio con mayor accesibilidad es propicio para un uso capaz de pagar rentas muy elevadas.

Un hecho insoslayable es que al aumentar los flujos de personas hacia los espacios renovados incrementan las necesidades de transporte y estacionamiento. Esto es especialmente importante si los espacios renovados deben competir, como es el caso en Guadalajara y en la mayoría de las grandes ciudades contemporáneas, con centros comerciales suburbanos que cuentan con amplios espacios de estacionamiento y mejores vías de comunicación para acomodar el flujo vial.

En el caso de Guadalajara, la renovación del centro de la ciudad necesariamente requiere una reestructuración del transporte colectivo. De hecho, un proyecto de renovación urbana ambicioso podría ser la oportunidad de ofrecer, por primera vez en la metrópoli, un servicio de transporte público de alta calidad, eficiencia y puntualidad disponible las

24 horas día con convergencia en las inmediaciones de la Plaza Tapatía.

Planeación estratégica

Además de los criterios económicos señalados, las propuestas de renovación de largo alcance necesitan incluir formas de llegar a acuerdos entre los distintos intereses que intervienen en la definición de una imagen para la ciudad.

En el sentido sociopolítico, más que procurar mecanismos para aislar el proyecto de los intereses existentes para imponer el criterio de la agencia responsable de la renovación, es necesario buscar puentes entre los intereses creados y los intereses de la ciudad.

Una propuesta integral para la Plaza Tapatía supone un experimento de planeación urbana para crear un distrito que evolucione hasta convertirse en uno de los más modernos de la ciudad, pero que conserve los rasgos distintivos de la cultura urbana de la metrópoli. Para lograr lo anterior es necesario contar con proyectos estratégicos que sirvan de base para los cambios contemplados en un proyecto de largo plazo.

Por ejemplo, una institución urbana que puede aglutinar las diversas actividades económicas básicas del centro es una universidad especializada en el avance de las artes y las ciencias aplicadas. Para ello se pueden aprovechar de manera intensiva y racional algunas de las edificaciones que ya existen en la plaza y construir instalaciones complementarias como un museo para niños o bibliotecas altamente especializadas. Esta institución podría estar formada por una red de centros de información, investigación y docencia con capacidad



para un número reducido de estudiantes pero oferta muy especializada en las áreas relacionadas con la orientación urbana y base económica de la propia plaza y áreas complementarias.

Dado el estado actual de las industrias joyera, de diseño y de artes gráficas un proyecto de renovación urbana requiere también acciones estratégicas para acelerar la transformación de estas actividades en eslabones de una base económica de proyección internacional. Una función importante de una universidad especializada sería la capacitación organizada en áreas de joyería, diseño, artes gráficas y gastronomía. Otra función de una institución así sería la de colaborar para que se ofrezcan bienes *cuasi* públicos como desarrollo de prototipos y promoción de marcas, investigación sobre avances en los estilos y la tecnología, asesoría a productores para comercialización y diseño, operación de una biblioteca especializada en las actividades seleccionadas, celebración de eventos, y oferta de espacios y laboratorios multiusos como sala audiovisual, centro de gastronomía regional y galerías.

Ante el estado en el que se encuentra la Plaza Tapatía actualmente, parece obvio decir que ningún pro-

yecto, por espectacular que parezca, tiene asegurado el éxito si faltan actores clave para su desarrollo o si alguno de ellos ocupa más espacio del que le corresponde.

Para atraer los recursos que requiere el proyecto es muy importante hacer una convocatoria amplia para promover el desarrollo de la Plaza Tapatía. Éste es un aspecto delicado porque tener la capacidad de movilización de recursos, públicos o privados para empujar en una dirección no debe asegurar el control absoluto de las decisiones. En la ciudad hay múltiples ejemplos de proyectos fallidos que han emprendido tanto inversionistas privados como los gobiernos locales. Si esta Plaza ha de ser un modelo de desarrollo urbano, será necesario innovar también en el proceso de toma de decisiones.

Notas

¹ Este artículo es resultado del proyecto de investigación "Innovaciones en economía urbana", que el autor lleva a cabo con el apoyo financiero de la Universidad de Guadalajara.

² Algunas de las ideas que aquí se expresan fueron presentadas en el concurso "Ideas y Conceptos de Plaza Tapatía", convocado por el ayuntamiento de Guadalajara y el gobierno del estado de Jalisco en el verano de 1996.

Se agradece la colaboración de M. Basilia Valenzuela en todas las etapas del trabajo de investigación y en la discusión de las ideas aquí expuestas.

Bibliografía

- Cruz, S. Omar, "Proyecto 100 Manzanas. suspiros y quejas recibió Cárdenas", en *Siglo 21*, julio 16 de 1997.
- Frieden, Bernard y Lynn Sagalyn, *Downtown Inc.: how America rebuilds cities*, MIT Press, Cambridge, 1989.
- Heilbrun, James, *Urban economics and public policy*, St. Martin Press, Nueva York, 1987.
- Heilbrun, James, "Art and culture as central place functions", en *Urban Studies*, vol. 29, núm. 2 (1992), pp. 205-215.
- Heilbrun, James y Charles M. Gray, *The economics of art and culture: an American perspective*, Cambridge University Press, Cambridge, 1993.
- Rosentraub, Mark, D. Swindell, M. Przybylsky y D. Mullins, "Sport and downtown development strategy: if you build it, will jobs come?", en *Journal of Urban Affairs*, vol. 16, núm. 3 (1994), pp. 221-239.
- Smith, "New city, new frontier: the lower east side as wild, wild, west", en Michael Sorkin (ed.), *Variations on a theme park: the new American city and the end of public space*, The Noonday Press, Nueva York, 1992, pp. 61-93.
- Squires, D. Gregory de, *Unequal partnerships: the political economy of urban redevelopment in post-war America*, Rutgers University Press, New Brunswick, 1989.
- Verduzco, Basilio, Nora L. Bringas y Basilia Valenzuela, *La ciudad compartida. desarrollo urbano, comercio y turismo en la región Tijuana-San Diego*, Universidad de Guadalajara/ El Colegio de la Frontera Norte, Guadalajara, 1995.

Revista Universidad de Guadalajara

N\$ 15.00 ejemplar
6 números al año
N\$ 90.00 en el país

SUSCRÍBETE!

publiper

publicaciones periódicas universitarias

Av. Vallarta 1668 Tel. 825 48 68 Fax 826 77 23
o en TonoContinuo Av. Enrique Díaz de León sur 514-2 Telfax 827 21 05

