

**Universidad
Autónoma
Metropolitana**



Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**

DIVISIÓN DE CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO
Especialización, Maestría y Doctorado en Diseño

**MODELO CONCEPTUAL DE GESTIÓN
URBANA PARA EL ANÁLISIS DEL
CARÁCTER CREATIVO DE LOS
ESPACIOS PÚBLICOS: EL CASO DE LA
COLONIA ROMA EN LA CIUDAD DE
MÉXICO**

Carolina Sue Andrade Díaz

Tesis para optar por el grado de Doctor en Diseño
Posgrado en Diseño y Estudios Urbanos

Miembros del Jurado:

Dr. Christof Gobel

Director de la tesis

Dr. Marco Vinicio Ferruzca Navarro

Dr. Jorge Rodríguez Martínez

Co-directores de tesis

Dr. Jordy Micheli Thirion

Dra. Patricia Ramírez Kuri

Dr. Oscar Terrazas Revilla

Ciudad de México

Abril de 2018

Resumen

La búsqueda de competitividad en las ciudades se ha vuelto un factor importante para la gestión urbana local en la economía global. El papel estratégico que desempeñan las ciudades, ha propiciado la generación de organizaciones, centros de investigación, modelos de negocio con base al diseño como diferenciador. La productividad y competitividad en un contexto territorial se han vuelto elementos clave para la creación de ventajas competitivas en las organizaciones inmersas en una economía del conocimiento y de la innovación.

El modelo conceptual de gestión urbana propuesto, es un esfuerzo por estudiar la correlación entre la creatividad y el desarrollo económico con el espacio público. Además, permite realizar un análisis del comportamiento de estos espacios respecto a otros aspectos como la gentrificación, las industrias creativas y el desarrollo social.

Para el desarrollo de esta investigación los ejes conceptuales han sido: ciudades creativas, espacio público y gestión urbana. A partir de lo anterior se divide la investigación en cinco capítulos con el objetivo de dar al lector una referencia teórica que lo invite a la reflexión en torno a la importancia del presente y futuro de las ciudades, y como el carácter creativo es un factor que impulsa y puede llegar a catalizar la economía, la calidad de vida de sus habitantes y el desarrollo regional.

Palabras clave: Espacio público, gestión urbana, ciudades creativas, ciudadanía

Índice General

I. Introducción.....	1
II. Problema de investigación.....	12
III. Marco Teórico.....	19
3.1. Carácter creativo.....	20
3.1.1 Concepto de creatividad.....	20
3.1.2. Concepto de Ciudades Creativas.....	29
3.2. Espacio Público.....	39
3.2.1. Definición y características.....	39
3.2.2. Breve semblanza de la evolución del espacio público.....	41
3.3. Gestión Urbana.....	47
3.3.1. Definición.....	47
3.3.2. Diferencia entre administración y gestión urbana.....	49
3.4. Análisis y revisión de artículos científicos publicados sobre el objeto de estudio.....	51
3.4.1. Criterios de búsqueda.....	51
3.4.2. Hallazgos.....	52
3.5. Primera aproximación al modelo conceptual.....	56
3.5.1. Antecedentes.....	56
3.5.2. Propuesta de Modelo Conceptual.....	58
IV. Marco Empírico.....	63
4.1. Metodología para la elaboración del caso de estudio.....	64
4.2. Estudio de caso 1: Validación del primer modelo conceptual.....	66
4.2.1. Diseño del estudio de caso.....	66
4.2.2. Organización de la información.....	69
4.2.3. Análisis y resultados.....	69
4.2.3.1. Entrevistas a profundidad.....	69
4.2.3.1.1. Cornella de Llobregat- Citilab.....	74
4.2.3.1.2. Fundación Design for All.....	79
4.2.3.1.3. Disseny Hub Barcelona.....	82

4.2.3.2. Encuesta.....	86
4.3. Segunda propuesta conceptual.....	92
4.4. Estudio de Caso 2: Evaluación de los espacios públicos en la Colonia Roma en la Ciudad de México.....	97
4.4.1. Diseño del estudio de caso.....	97
4.4.2. Análisis y resultados.....	104
4.4.3.1. Características de los espacios públicos.....	107
4.4.3.2. Hallazgos de la aplicación a los 19 espacios públicos del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en la Colonia Roma	132
V. Conclusiones.....	139
VI. Bibliografía.....	146
VII. Anexos.....	158
Anexo Estudio de Caso 1.....	159
Anexo Estudio de Caso 2.....	165
VIII. Semblanza.....	233
Semblanza	234
Relación de publicaciones.....	235

Índice de Figuras

Figura 1.1 Perspectivas entorno a las Ciudades Creativas	4
Figura 2.1 Evolución del objetivo de Investigación	13
Figura 2.2 Comparativa internacional del Producto Interno Bruto relacionado a las industrias culturales y creativas	16
Figura 2.3. Representación del PIB en las Industrias Creativas en el 2012	17
Figura 2.4 Relación de la cultura y el turismo	17
Figura 3.1 Niveles de creación de acuerdo a Rodríguez Estrada	22
Figura 3.2 Tres elementos en el modelo de sistemas de la creatividad de Csikszetmihalyi.	24
Figura 3.3 Elementos de la creatividad de acuerdo a Ken Robinson.	26
Figura 3.4 Perspectivas entorno a las Ciudades Creativas	29
Figura 3.5 Factores de interacción para la formación de Ciudades Creativas	32
Figura 3.7. Dimensiones del espacio público	41
Figura 3.8 Retos sociales actuales en la generación de espacios públicos	43
Figura 3.9 Diferentes visiones del concepto de Gestión Urbana	47
Figura 3.10 Elementos de la gestión urbana de acuerdo a la CEPAL	48
Figura 3.11 Revisión bibliométrica de 100 artículos académicos	53
Figura 3.12 Distribución porcentual de los artículos revisados	54
Figura 3.13 Distribución por año de publicación de los artículos publicados y revisados	55
Figura 3.14 Distribución porcentual por año de publicación de los artículos revisados	56
Figura 3.15. Características que hacen mejor a un espacio mejor	57
Figura 3.16 Versión 1.0 del Modelo Conceptual de Gestión Urbana	58

para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos

Figura 4.1 Componentes para el diseño de una investigación a través de un estudio de caso	65
Figura 4.2 Distribución de distritos en Barcelona	70
Figura 4.3 Presupuesto 2013 vs. 2014	71
Figura 4.4 Presupuesto y asignación	71
Figura 4.5 Modelo de Red Distribuida	73
Figura 4.6 Cornellà de Llobregat	74
Figura 4.7 Evolución del espacio	75
Figura 4.8 Línea del tiempo sobre los presupuestos e incrementos de usuarios.	76
Figura 4.9 Rehabilitación de vivienda protegida	77
Figura 4.10 Modelo de Investigación+Innovación social del Cítilab	78
Figura 4.11 Cronograma de sensibilización del concepto Design For All	81
Figura 4.12 Edificio de agua de Barcelona, parte del Distrito @22	83
Figura 4.13 Vista del Disseny Hub	84
Figura 4.14 Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos (Versión 2.0)	10, 85, 92, 129
Figura 4.15 Caratula de correo electrónico sobre el modelo y la encuesta de validación del modelo de gestión urbana	86
Figura 4.16 Acceso y conexión correlación con el resto de las categorías	87
Figura 4.17 Confort e imagen correlación con el resto de las categorías	88
Figura 4.18 Usos y actividades correlación con el resto de las categorías	88
Figura 4.19 Sociabilidad correlación con el resto de las categorías	89
Figura 4.20 Apertura y Diversidad correlación con el resto de las	89

categorías

Figura 4.21 Ambiente Cultural correlación con el resto de las categorías	90
Figura 4.22 Ambiente Institucional correlación con el resto de las categorías	90
Figura 4.23 Distribución de Unidades Económicas de las industrias culturales y creativas en la Ciudad de México por Delegaciones	98
Figura 4.24 Mapa de la Colonia Roma por unidades económicas relacionadas a las industrias culturales y creativas	99
Figura 4.25 Mapa de los espacios públicos analizados de la Colonia Roma donde fue aplicado el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos	106
Figura 4.26 Espacios públicos de la colonia Roma	107
Figura 4.27 Plaza Luis Cabrera (AGEB 1106)	108
Figura 4.28 Glorieta de Insurgentes (AGEB 095A)	113
Figura 4.29 Corredor Durango (AGEB 1089, 1093,0998, 1002, 1017)	117
Figura 4.30 Parques y Plazas Colonia Roma, Ciudad de México /// Modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad	120, 121
Figura 4.31 Canchas Deportivas Colonia Roma, Ciudad de México ///Modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad	122,123
Figura 4.32 Glorietas Colonia Roma, Ciudad de México ///Modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad	124,125
Figura 4.33 Corredores Colonia Roma, Ciudad de México ///Modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad	126, 127
Figura 4.34 Tráfico vehicular en los espacios públicos de la Colonia	130

Roma

Figura 4.35 Relación histórica de los usuarios con su entorno	132
Figura 4.36 Vida en la calle alrededor de los espacios públicos	133
Figura 4.37 Eventos culturales y deportivos en los espacios públicos	134
Figura 5.1. Revisión bibliométrica de los temas <i>Creative Cities</i> y <i>Urban Management</i> (2014-2017)	141

Fotografías de los Espacios Públicos

Las fotografías que se encuentran en esta investigación son cortesía del colectivo Los Solistas.

Los Solistas es dirigido por Gamaliel Morales, este colectivo apoya el trabajo de jóvenes creadores enfocados al arte visual a través de la asesoría de dos reconocidas figuras en el mundo de la imagen: Bruno Bresani y Cannon Bernaldez.

Durante los meses de marzo a mayo de 2015, Los Solistas, apoyaron el levantamiento visual de los espacios públicos de la Colonia Roma.

Espacio público	Fotógrafo
Juan Rulfo	Guadalupe García Pasquel
Plaza Río de Janeiro	Paco Orbú
Plaza Luis Cabrera	Paco Orbú
Plaza el Lanzador	Alejandra Gutiérrez
Circular Morelia	Guadalupe García Pasquel
Garibaldi	Guadalupe García Pasquel
Parque Pushkin	Sebastián Arce Manrique y Gerardo Rangel
Parque Ramón López Velarde	Gerardo Rangel
Remanente Tonalá y Querétaro	Gladys Serrano
Jardín Edith Sánchez	Alejandra Gutiérrez
Plaza Villa Madrid	Paco Orbú

Canchas Orizaba Orizaba	Sebastián Arce Manrique
Glorieta Insurgentes	Gladys Serrano
Glorieta Chilpancingo	Gladys Serrano
Corredor Durango	Eusebio Pehna
Corredor Veracruz	Eusebio Pehna
Corredor Oaxaca	Alejandra Gutiérrez
Corredor Orizaba	Alejandra Gutiérrez
Corredor Alvaro Obregón	Eusebio Pehna
Coordinación de fotografías	Gamaliel Morales y Daniela Orozco

I. Introducción



Plaza Luis Cabrera. Colonia Roma, CDMX. Fotocortesía Colectivo Los Solistas (2015)

I. Introducción

Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los espacios públicos: El caso de la Colonia Roma en la Ciudad de México

¿Qué papel juegan los modelos de gestión urbana en la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad? Las ciudades se enfrentan a numerosos desafíos: medio ambiente, demografía, desigualdad económica, comportamientos socio-culturales, que se ven acentuados por el aumento de la competencia internacional, así como por las expectativas de los habitantes entorno a la movilidad, características del paisaje urbano, y oportunidades de empleo que inherentemente repercute en la calidad de vida de sus habitantes.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, la Cultura (UNESCO, 2010) menciona que la creatividad es un elemento esencial del desarrollo socioeconómico, por lo tanto los espacios urbanos pueden ser entendidos como centros de creación que estimulan el desempeño de la economía mediante la implantación de industrias creativas y la adopción de planteamientos modernos para la regeneración urbana. Esta premisa incluso puede verificarse a través del *Management of Social Transformations Programme* (MOST)¹ que dicho organismo mundial promueve.

Las ciudades como actores estratégicos y centros de investigación, a través de las actividades que realizan, buscan la competitividad construyendo estrategias que transformen y desarrollen el principal argumento de la política urbana. La búsqueda de competitividad en las ciudades se ha convertido en un factor importante para la

¹ MOST es un programa de la UNESCO que ha creado redes sobre cuestiones de desarrollo urbano, como investigación, políticas de planificación y gobernanza, y ha establecido grupos de trabajo para ayudar a construir una base de conocimientos y formular recomendaciones. Fuente: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=34607&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html . Fuente de consulta: 11 de noviembre de 2017

gestión urbana local en la economía global. El papel estratégico que desempeñan las ciudades, ha propiciado la generación de organizaciones, centros de investigación, modelos de negocio con base al diseño como diferenciador.

La productividad y competitividad, en un contexto territorial, se han vuelto elementos clave para la creación de ventajas competitivas en las organizaciones inmersas en una economía del conocimiento y de la innovación.

El Modelo Conceptual de Gestión Urbana propuesto, es un esfuerzo por estudiar la correlación entre la creatividad, el desarrollo económico y el espacio público. Además, permite analizar el comportamiento de estos espacios en relación a otros aspectos como la gentrificación, las industrias creativas y el desarrollo social. El soporte teórico de esta investigación es a través del carácter creativo, ciudades creativas, espacio público y gestión urbana.

En los últimos años ha proliferado el discurso alrededor del papel de las ciudades como incubadoras de innovación y creatividad; este fenómeno ha sido estudiado por diversos autores, entre los que destacan Hall (2002), Florida (2000, 2002), y Landry (1995,2000), colocando a las ciudades como un espacio de concentración de personas creativas, generando zonas de desarrollo económico, como se presenta en la Figura 1.1

El concepto de Ciudad Creativa fue desarrollado por Landry y Bianchini en el libro *The Creative City* (1995), desde entonces han surgido numerosos conceptos alrededor, como *knowledge city*, *branding city*, *milieu* creativo, entre otros; así mismo organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), *Department of Culture, Media and Sports UK* (DCMS), se han interesado en el tema, lo que refleja el cambio de paradigma entorno a las ciudades y a la gestión urbana.

Figura 1.1 Perspectivas entorno a las Ciudades Creativa.

Florida	Landry	Hall
Richard Florida en el libro, <i>Las Ciudades creativas</i> (2000), propone que la creatividad está relacionada con las personas.	Charles Landry (2000), en su libro <i>The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators</i> . Propone al <i>milieu creativo</i> ; definido como un espacio físico donde la población de emprendedores,	Economía creativa en las ciudades. La ciudad creativa es un fenómeno que pertenece a todos los tiempos. En el curso de la historia nos encontramos con diferentes tipos de ciudades creativas:
Enfoca tres elementos básicos que debe de tener una ciudad para poder generar espacio creativos: <i>Tecnología, Talento y Tolerancia</i> .	intelectuales, artistas, estudiantes, activistas sociales, administradores y personas de distintas disciplinas pueden operar en un contexto abierto y generar distintas miradas, nuevas ideas, productos y servicios.	Ciudades tecnológicas de innovación, culturales-intelectuales, culturales, tecnológicas y tecnológico-organizativo

Fuente: Elaboración propia con base a Florida (2000), Landry (2000) y Hall (1995, 2002)

La publicación posterior de Landry, *The creative city: a toolkit for urban innovators* (2000), define al espacio como *milieu creativo*, un espacio físico donde la población de emprendedores, intelectuales, artistas, estudiantes, activistas sociales, administradores y personas de distintas disciplinas pueden operar en un contexto abierto y generar a partir de distintas miradas nuevas ideas, productos y servicios que contribuyan al éxito económico de la ciudad.

Para Landry (2000), la ciudad requiere ser pensada de una forma diferente a la que consideramos en el pasado. Una ciudad que anima a la gente a trabajar con su imaginación va más allá del paradigma de la ingeniería urbana y se convierte en una ciudad donde los ciudadanos toman decisiones. La creatividad se vincula hacia las personas y las ciudades, por lo que las personas creativas pueden mudarse a espacios donde existan más personas creativas pero con ocupaciones e identidades diversas.

Florida (2000), en su texto *The Economic Geography of Talent*, propone a la actividad creativa como la que constituye la base de la competitividad y el dinamismo de las economías urbanas y regionales, determina el concepto de *ciudad creativa*, en referencia a las localidades dinámicas, innovadoras donde convergen nuevas ideas, existe población de distintas procedencias, creando una comunidad cultural imaginativa y diversa.

Florida en su libro *Las Ciudades Creativas* (2002), menciona que la creatividad está relacionada con las personas y establece tres elementos básicos que debe de tener una ciudad para poder generar espacio creativos: *Tecnología, Talento y Tolerancia*. Estas variables constituyen el modelo de la triple "T" .

De igual forma, Florida propone el concepto de "Clase creativa" para referirse a aquellas personas cuyo trabajo creativo contribuye a la economía. Además reconoce otros dos tipos de clase trabajadora, la de servicios y la agricultura. Es esta clase creativa la que influye en la dinamización de la región para prosperar económicamente; por lo que las ciudades con mayores índices de competitividad, son las que han sabido crear un contexto social abierto a la creatividad y diversidad, han logrado atraer y concentrar a personas que aportan conocimiento e ideas innovadoras, estos factores considerados como fundamentales para el éxito económico.

Por otro lado, Hall en el libro *Cities of Tomorrow* (2002) plantea a la ciudad creativa como un fenómeno que pertenece a todos los tiempos, y menciona que es un tema que ha sido recurrente a lo largo de la historia, sin embargo se le ha denominado de diferente manera, por ejemplo: ciudades tecnológicas de innovación, culturales-intelectuales, culturales, tecnológicas y tecnológico-organizativo.

A partir de los elementos antes mencionados, se puede generar un entorno urbano que propicie la generación de redes, entendidas como un grupo de personas con experiencias, intereses o actividades comunes, dispuestas a compartir y recibir

conocimiento, para producir resultados de valor. Bajo este contexto, el espacio público, como parte del entorno urbano, permite generar distintas miradas y contar con nuevas ideas que tengan como objetivo la colaboración y la creatividad como catalizador.

De acuerdo con Borja (2013), la calidad del espacio público es una referencia fundamental para evaluar la democracia ciudadana. Es en el espacio público donde se expresan los avances y los retrocesos de la democracia, tanto en sus dimensiones políticas como sociales y culturales. El espacio público entendido como espacio de uso colectivo es el marco en el que se tejen las solidaridades y donde se manifiestan los conflictos, donde emergen demandas y las aspiraciones y se contrastan con las políticas públicas y las iniciativas privadas.

Harvey en *Rebel Cities From the Right to the City to the Urban Revolution* (2013), reflexiona entorno al concepto de ciudadanía y la transformación del espacio publico *“a collective rather than an individual rights in changing the city inevitably depends upon the exercise of a collective power over the processes of urbanization”* (Harvey,2013:4)

De acuerdo a Harvey, una parte fundamental de la evolución del espacio público es la conformación de los procesos de urbanización, y menciona que desde el origen de las ciudades se ha dado por ese proceso, que ha sido siempre, un fenómeno de cambio a través del cual han surgido concentraciones geográficas. Un espacio público, se define por su libre acceso y su libre uso, entendiendo por libre no el que se pueda hacer lo que se quiera, sino aquello que ha sido acordado o al menos no haya sido prohibido gracias a un acuerdo colectivo tomado libremente. Los espacios públicos contribuyen a la sociabilidad de residentes del entorno y usuarios en general, para aumentar las capacidades de vínculos entre los ciudadanos.

Si bien existe una proliferación del concepto de ciudades creativas, se encuentra relacionado fuertemente con el concepto de gestión urbana de los espacios públicos, generando así dinámicas territoriales, iniciativas ciudadanas exitosas, y las estrategias deliberadas para poder dinamizar el espacio.

El concepto de gestión urbana ha sido estudiado en los últimos años, sin embargo, no hay un concepto claro al respecto. Coulomb (1993), define el término de gestión urbana, como la administración de los servicios urbanos, conjunto de prácticas políticas y sociales, a través de las cuales las demandas de la población tienen respuestas técnicas y administrativas a estas demandas. Para Borja (1997), la gestión urbana consiste en situar a cada ciudad en condiciones de afrontar la competencia global.

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) la gestión urbana esta basada en tres pilares: institucionalidad, diagnóstico y análisis, gobierno local como catalizador con base a la participación ciudadana. Por otro lado, para Velásquez (1996), es el conjunto de procesos dirigidos a operar sobre la ciudad.

A partir de las definiciones anteriores, una primera aproximación del concepto de gestión urbana, podemos decir que son las acciones generadas por gobierno y ciudadanía para garantizar la coordinación, ocupación, y uso de suelo urbano, con el objetivo de planear a corto, mediano y largo plazo la forma en que se desarrolla la ciudad y potencializar su crecimiento; así como dar soluciones a la problemática urbana en beneficio de los sectores público, social, privado, civil y académico.

El desarrollo metodológico se construyó a través de la validación de la investigación con técnicas bibliométricas, dos estudios de caso con variables cualitativas a partir de la percepción que la ciudadanía tiene de su espacio público.

Para el desarrollo de la propuesta del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, se analizaron ejemplos de

iniciativas urbanas internacionales que contribuyen a impulsar la creatividad, la participación del gobierno y de la ciudadanía. La intención de analizar estos casos es identificar los elementos de gestión urbana implícitos que servirían de base para elaborar una propuesta conceptual de un modelo de gestión urbana útil en el análisis de los espacios públicos que promuevan la creatividad.

Las iniciativas que fueron analizadas para el desarrollo del modelo fueron las siguientes: el Citilab en Barcelona, Street Art Museum en East London, y la zona de arte 798/ Distrito de Dashanzi en Pekín. A partir del estudio, entrevistas a profundidad y una estancia de investigación en Barcelona, se encontraron puntos de coincidencia, entre los que destacan los siguientes:

- Un modelo de gestión urbana que permitió a los habitantes del espacio y a su gobierno generar estrategias para impulsar el desarrollo del lugar.
- Desarrollo de sus habitantes a través del acceso a la tecnología y la incorporación de nuevos servicios, que generaban el crecimiento económico local.
- Recuperación de los espacios olvidados por una desaceleración económica, y que actualmente coadyuvaban en potencializar la zona.

Posteriormente, a partir de una búsqueda en bases de datos académicas y conforme a la propuesta de la organización Projects for Public Spaces (PPS)²; al tratarse de un tema relacionado con la importancia de las ciudades, se realizó un análisis de lo que se había escrito durante el período de 2008 a 2013.

Para lograr este objetivo, se revisaron durante el mes de noviembre de 2013, más de cien artículos relacionados a los temas de Creative Cities y Urban Management, utilizando estos dos últimos como palabras clave para la búsqueda; las bases de

² Project for Public Spaces (PPS) es una organización sin fines de lucro de planificación, diseño y educación dedicada a ayudar a las personas a crear y mantener espacios públicos que formen comunidades más sólidas. <https://www.pps.org/>. Fecha de consulta: marzo 2018.

datos consultadas fueron JSTOR, EMERALD, WEB OF SCIENCE, de esta forma se creo a su vez una base de datos relacionada a la investigación para conocer lo que se había escrito y los hallazgos que se encuentran entorno al tema, y se encuentra en el capítulo 3.4.

Posteriormente, la propuesta del modelo inicial fue enviada a 135 investigadores autores de los cien artículos revisados en la primera parte, y se realizaron modificaciones al modelo.

El modelo conceptual de gestión urbana propuesto para el desarrollo de este trabajo de investigación, es una representación generada a partir del desarrollo metodológico, acerca del proceso de interacción espacio público-creatividad; así como el análisis de sus efectos probables. Se tomó como referencia la propuesta del Projects for Public Spaces (PPS), que tiene una metodología para medir la calidad del espacio público, sin embargo, no incluye la variable de la creatividad, misma que ya esta incorporada en el modelo.

Adicionalmente, en el trabajo de campo realizado en el mes de marzo y abril de 2015, se incluyeron nuevas variables, por ejemplo, el uso de suelo, ya que en muchos espacios que se están rehabilitando se da prioridad al uso habitacional, sin embargo, esto podría derivar en gentrificación. Otra variable que se incorporó es la inversión privada, ya que se observó la participación de agentes privados en la rehabilitación del espacio público.

De acuerdo a la Figura 4.14, el modelo propuesto, agrupa en tres categorías a evaluar, los elementos relacionados a la infraestructura y diseño del espacio, elementos relacionados al usuario, y finalmente elementos relacionados a la creatividad.

Figura 4.14 Modelo de Gestión Urbana para la Reconfiguración de Espacios Públicos que promuevan la creatividad (Versión 2.0)



Fuente: Elaboración propia.

La justificación de la aplicación del modelo en la Colonia Roma ubicada en la Ciudad de México, es debido a que cuenta con una concentración de unidades económicas³ pertenecientes a las industrias culturales y creativas, como se explicará más adelante; este comportamiento coincide con el hecho que la Delegación Cuauhtémoc cuenta con la mayor aglomeración a nivel de la Ciudad de México.

La colonia Roma cuenta con 19 espacios públicos categorizados entre: parques y plazas, canchas, glorietas y corredores en los que se aplicó el modelo, en los meses de marzo y abril de 2015.

Algunos resultados obtenidos en la aplicación del modelo son los siguientes:

- 100% de los espacios públicos están rodeados por las industrias culturales y creativas (galerías, tiendas de diseño, teatros, cine, entre otras)
- 65% de los espacios públicos cuenta con inversión privada para su conservación y mejora
- 60% de los espacios públicos cuenta con actividades nocturnas

Los espacios públicos analizados cuentan con elementos que permiten la cohesión

³ Son las entidades productoras de bienes y servicios, llámense establecimientos, hogares, personas físicas. Fuente: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/scian/contenidos/contenidos/faq.aspx?c=76016#qs4>. Fecha de consulta: 17 de septiembre de 2017

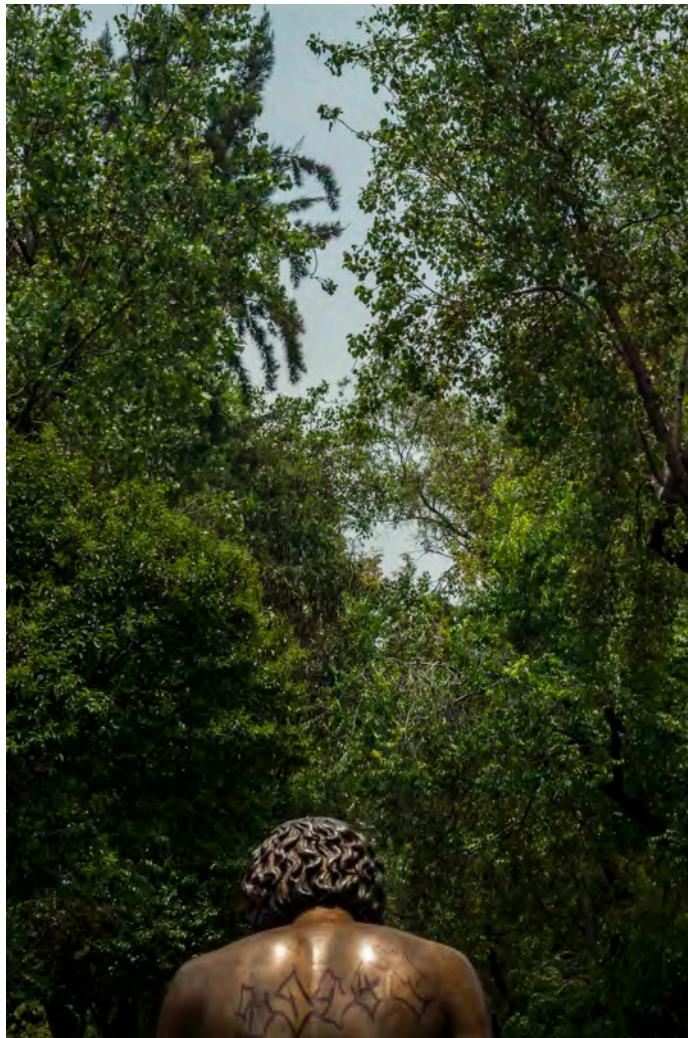
social, la participación ciudadana en la rehabilitación de los espacios públicos; la preservación arquitectónica e histórica es un elemento característico de los habitantes de la colonia que permite hacer comunidad; es importante señalar el uso de las redes sociales como un elemento de interacción para comunicar a los vecinos de la zona y que permite su visualización al exterior.

Parte de los hallazgos obtenidos de la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, fue entregado al Consejo Vecinal de la Roma, para el proyecto de Cartografía Participativa, y Agenda Ciudadana de la Colonia Roma 2015-2018, parte de los resultados de este proyecto pueden ser consultados en la página <http://roma.dev.centrogeo.org.mx/presentacion.html>, de acuerdo a Centro Geo *“Esta plataforma en Web, tiene un potencial de réplica para otras colonias y delegaciones de la ciudad (...)”*

Las ciudades están tratando de desarrollar el conocimiento en los barrios para fomentar el crecimiento económico en la economía creativa. Actualmente en la Ciudad de México, las industrias culturales y creativas representan el 15.5% del PIB; por lo que la cultura y la creatividad son la piedra angular de las estrategias de las ciudades para el desarrollo local

Es necesario realizar un análisis más profundo de diversos espacios públicos, en especial en América Latina. La intención es aplicar el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, que no sólo facilite gestionar los servicios en las ciudades, sino que también promueva la creatividad, desarrollo local y el diseño estratégico regional.

II. Problema de Investigación



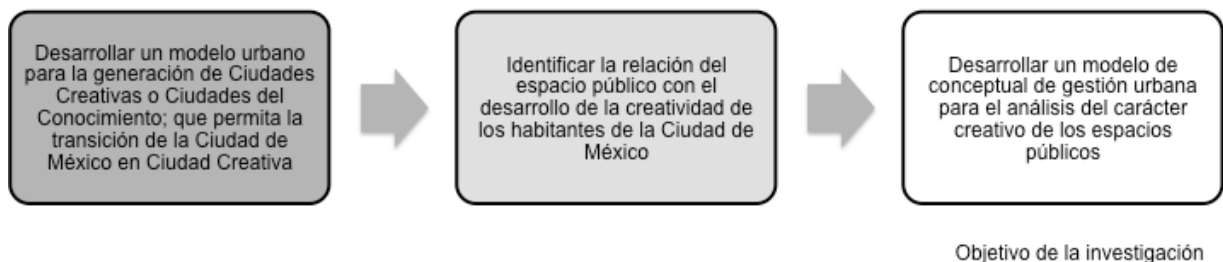
Plaza El Lanzador. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

2. Problema de Investigación

Una de las inquietudes para ingresar al Doctorado en Diseño y Estudios Urbanos, está vinculado al estudio de las ciudades creativas y la importancia en el discurso académico, de los gobiernos y de la sociedad; por lo que un primer objetivo era el desarrollo de un modelo urbano que permitiera la transición de la Ciudad de México a Ciudad Creativa, sin embargo, al analizar los componentes que inciden en las mismas, la investigación que se planteaba era demasiado amplia y poco factible; por lo que se continuaron revisando algunos conceptos relacionados a las Ciudades Creativas, Espacio Público, Gestión Urbana, y Ciudadanía.

La evolución del trabajo de investigación, desde el protocolo de ingreso al doctorado hasta el objetivo actual, se muestra en la Figura 2.1.

Figura 2.1 Evolución del objetivo de Investigación



Fuente: Elaboración propia.

La pregunta de investigación que permite sustentar la investigación es, **¿Cómo influye la gestión urbana en el carácter creativo del espacio público?**

A partir de la pregunta de investigación se construyeron los siguientes supuestos:

- El papel que juegan los modelos de gestión urbana en la reconfiguración de espacios públicos que promuevan el carácter creativo es crucial para el desarrollo de la Ciudad.
- El impacto de la creatividad desde la perspectiva económica en las ciudades es un recurso económico clave para el desarrollo de la sociedad, con el objetivo de incrementar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de México.

El objetivo general de esta investigación es **desarrollar un modelo conceptual de gestión urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos**. El modelo de gestión urbana, es una representación o propuesta generada a partir del desarrollo metodológico y acerca del proceso de la interacción creatividad y espacio público.

Objetivos específicos:

- Identificar los modelos de gestión urbana exitosos a nivel internacional que promuevan la creatividad a través del espacio público.
- Identificar las iniciativas gubernamentales (Federal, Estatal, Delegacional) para impulsar la generación y recuperación de espacios públicos que promuevan la creatividad de sus habitantes.
- Aplicar el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en la Colonia Roma en la Ciudad de México.

Aportaciones e interés para diseñar un modelo de gestión urbana para la reconfiguración de los espacios públicos que promuevan el carácter creativo.

Existe un creciente interés por las industrias creativas y culturales en el desarrollo económico, sin embargo, hay pocos estudios relacionados a la dinámica de las industrias creativas y culturales en la comunidad, y en las instituciones para informar sobre su gestión y política urbana.

Teniendo ciudades o espacios públicos que promuevan el carácter creativo de los ciudadanos, incrementará la calidad de vida de los habitantes, debido a la incorporación del diseño como un motor de desarrollo del territorio.

Un indicador de la importancia de la creatividad en el desarrollo y crecimiento económico de las ciudades, es la participación de las industrias culturales y creativas¹ en el Producto Interno Bruto.

De acuerdo a la Figura 2.2, la aportación de las industrias culturales y creativas ha ido en aumento en el período de 1993 al 2001; en los países con mayor presencia son Estados Unidos, Argentina, Reino Unido y España.

En el reporte *Tiempos de Cultura, El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas* (2015), realizado por la consultora Ernst and Young (EY), señala que en el 2013 las industrias culturales y creativas a nivel mundial generaron ingresos que ascienden a 2.25 billones de dólares, y dieron empleo a 29 millones de personas, siendo un catalizador para el desarrollo urbano.

¹ De acuerdo a la UNESCO las industrias culturales y creativas son “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” Fuente: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>. Fecha de consulta: 3 de agosto de 2017.

Figura 2.2 Comparativa internacional del Producto Interno Bruto relacionado a las industrias culturales y creativas

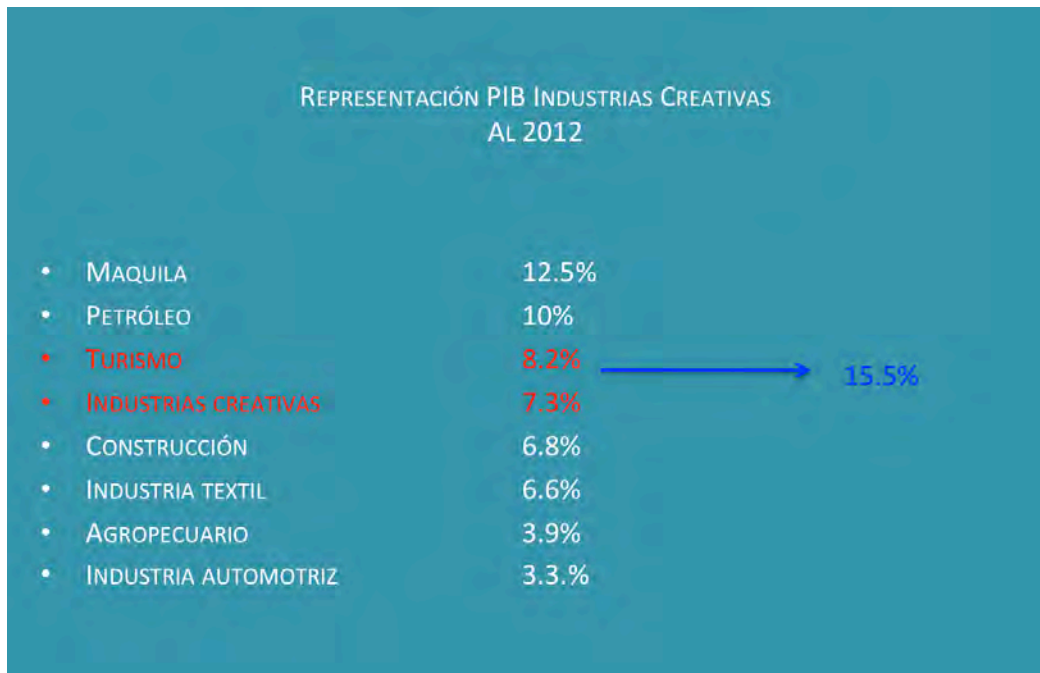
Comparativa Internacional									
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
EUA	5.30%	5.65%	5.95%	6.10%	6.35%	7.00%	7.40%	7.60%	7.75%
España					4.50%				
Reino Unido					5.50%				
Argentina	6.60%								
Brasil						6.74%			
Chile	2.30%	2.50%	2.70%	2.20%	2.00%	1.80%			
Colombia			2.30%	2.10%	2.10%	2.10%	2.00%	2.00%	2.00%
Paraguay			1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%		
Uruguay					3.10%	3.30%			
Australia			3.00%				3.30%		

Elaborado por *The Competitive Intelligence Unit* con base en los estudios realizados para cada país

En la Figura 2.3, en relación a la participación de las industrias culturales y creativas en México, de acuerdo al INEGI (2012) se ha incrementado al 7.3%, siendo sus antecesores la maquila (12.5%), el petróleo (10%) y el turismo con una participación del 8.2%; en comparación con las industrias culturales y creativas en Estados Unidos y el Reino Unido, representaron el 7% y 8% respectivamente.

De acuerdo a la Figura No. 2.3, si se relaciona a las industrias creativas y culturales como un sector estratégico en conjunto con el turismo, la representación en el PIB alcanzaría el 15.5%; esto debido a que se esta ultima actividad se considera como una parte periférica que posibilita el desarrollo como se ve en la Figura 2.4

Figura 2.3. Representación del PIB en las Industrias Creativas en el 2012



Fuente: Elaboración propia con base en información del INEGI

El interés personal para llevar a cabo esta investigación, es profundizar en el estudio del diseño estratégico regional, como una disciplina que ha permitido darle respuesta a escenarios complejos, predecir y anticipar tendencias, hacia la construcción de una gestión estratégica del espacio público y de la ciudad.

Figura 2.4 Relación de la cultura y el turismo



Fuente: <http://www.canieti.org/Libraries/audio/EPiedras>

[Nomismae Estudio Gran Vision v02 1.sflb.ashx](#). Fecha de consulta: 3 de agosto de 2017

Resultados previsibles

Algunos de los resultados previsibles en el desarrollo de esta investigación son los siguientes:

- Aproximación al estado del arte de los conceptos utilizados para el desarrollo de esta investigación (carácter creativo, ciudades creativas, espacio público, gestión urbana)
- Desarrollo y aplicación del modelo conceptual de gestión urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos.
- Desarrollo del apartado de espacios públicos de la Colonia Roma en la Ciudad de México para la Agenda Ciudadana 2015-2018.

III. Marco Teórico



Parque Ramón López Velarde. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

III. Marco Teórico

3.1. Carácter Creativo

Este apartado denominado carácter creativo se divide en dos sub apartados: concepto de creatividad y ciudades creativas. Se denomina carácter creativo, debido al conjunto de rasgos, cualidades o circunstancias que describen la forma en que se desenvuelve la persona y su ambiente a través de la creatividad y que los distingue de los demás. En el primer apartado se hace una revisión de diversos autores entorno al tema, en el segundo apartado se revisa el concepto de ciudades creativas y se describen algunos ejemplos.

3.1.1. Concepto de creatividad

El concepto de creatividad es complejo de definir, de acuerdo con las referencias consultadas, existe un debate entorno a si es un método o si es una actividad abiertamente intelectual. Algunos términos que se desarrollan a la par como las artes creativas, o la escritura creativa, describen de manera general la forma en que la imaginación y la noción de que la creatividad es algo nuevo, o la forma en que una persona encuentra una forma de resolver un problema.

En muchas ocasiones el término de creatividad es utilizado comúnmente para describir la actividad del artista, escritores, músicos, bailarines, diseñadores, entre otros; sin embargo, la creatividad no es una cualidad única de las disciplinas o actividades relacionadas con el arte, es una actividad que se desarrolla en la cotidianidad.

Por lo que surge la pregunta, ¿Dónde se produce la creatividad?, desde la perspectiva neurológica, menciona Puig (2010), el pensamiento creativo se produce a través de la incertidumbre, ya que el cerebro humano está absolutamente dotado

para hacerle frente, y a partir de lo anterior, el cerebro activa tres mecanismos “(...) en primer lugar, aumenta el riego sanguíneo en una parte de la corteza cerebral llamada área prefrontal, como resultado de este aumento de trabajo neuronal, el ser humano se encuentra más atento y aprende más deprisa. En segundo lugar, aumenta el número de neuronas de una zona del lóbulo temporal del cerebro llamado hipocampo, esto favorece el control del centro del miedo y eleva los niveles de dopamina, potenciando nuestro interés y curiosidad para explorar. Y en tercer lugar, hay un sistema reticular activador ascendente, situado en el tronco del cerebro, que activa la potencia de la corteza cerebral. De modo que estos tres sistemas –área prefrontal, hipocampo y sistema reticular activador ascendente– colaboran para que nuestro cerebro sea mucho más capaz(...) y se genera el proceso del pensamiento creativo, así como la toma de decisiones.” (Extracto conferencia *El Ser Creativo* de Mario Puig: 21 de octubre 2010).

Es decir, que la creatividad surge a partir de tres mecanismos del cerebro para que desde su anatomía y fisiología pueda generar las condiciones necesarias para que el área prefrontal, el hipocampo y el sistema reticular activador pueda favorecer la generación del pensamiento creativo.

Sin embargo, para que las condiciones anteriormente mencionadas puedan darse, se requiere de ciertas condiciones emocionales y espaciales, el mismo Puig (2010), menciona “ (...) para la producción de dopamina, es necesario que la persona desee cambiar el proceso de gestionar el error, así como experimentar cierto grado de tensión para que la inteligencia se abra – este proceso se puede experimentar desde la experiencia de enfrentarse a nuevos retos, a nuevas situaciones- sin embargo, no se debe de exceder el grado de tensión, ya que si se excede, este canal se cierra; la persona debe de sentir apoyo frente al desconocimiento, para que a su vez pueda producir un neuropéptido que bloquea la amígdala del miedo, y de esta forma pueda sentirse inspirado para crear (...), por otro lado la inspiración que surge en la corteza prefrontal, puede producir la neuroplasticidad, que propicia que más neuronas se

conecten, propiciando la regeneración de las mismas” (Extracto conferencia *El Ser Creativo* de Mario Puig: 21 de octubre 2010).

Desde la perspectiva neurológica, la creatividad esta en todo ser humano con funciones fisiológicas y bioquímicas, es decir, puede generar un proceso de pensamiento creativo, no solo las personas que desarrollan una actividad relacionada con el arte, sino todo ser humano.

Rodríguez Estrada (2009:22) plantea que la creatividad debe de estar relacionada al valor, por lo que se debe determinar para la valoración del producto o servicio, que de acuerdo a la Figura No. 3.1 son los niveles de creación se componen de los siguientes grados:

Figura 3.1 Niveles de creación de acuerdo a Rodríguez Estrada



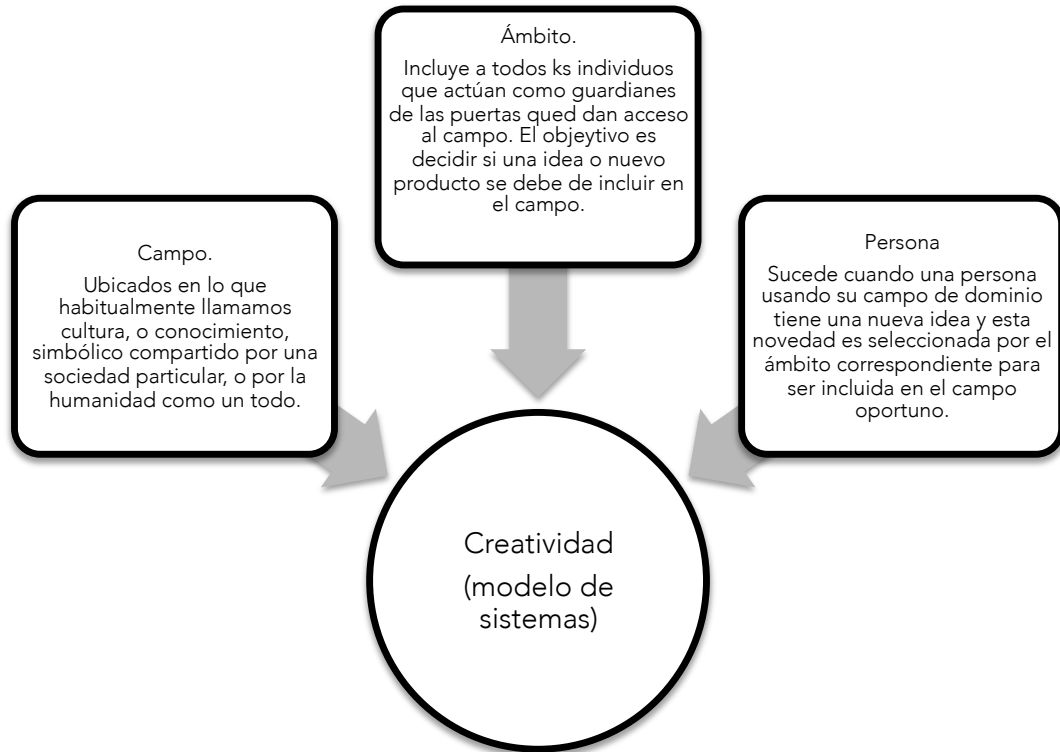
Fuente: Rodríguez Estrada (2009:22)

- I. El nivel elemental o de interés personal y familiar
- II. El nivel medio o de resonancia laboral y profesional
- III. El nivel superior o de la creación trascendente y universal

Para Rodríguez Pascual la creatividad es la “aptitud o actividad por medio de la cual se posibilita la obtención de un producto que tenga las dos características de ser nuevo y valioso” (Rodríguez Pascual,2004:19). De acuerdo a la perspectiva de este autor, se denomina creatividad hasta que el usuario le otorgue un valor de uso.

Para Boden la creatividad es la capacidad para generar una actividad, que podría darse en el marco de las estructuras cognitivas propias, puede ser novedosa, pero sólo será verdaderamente creativa cuando podamos decir que no podría haberse dado sin violentar el marco cognitivo pre establecido, sin entrar en contacto con esa frontera interior delimitada por nuestras formas de conocer el mundo y de conocernos a nosotros mismos. (Boden en Rodríguez Pascual, 2004:20). A partir de la perspectiva de Boden, la creatividad se da a partir del establecimiento de una nueva forma, un nuevo orden.

De acuerdo al modelo de sistemas de creatividad de Csikszetmihalyi (1998), la creatividad se constituye de acuerdo a tres partes principales: campo, ámbito y persona. A partir de la perspectiva del modelo de sistemas “la creatividad es cualquier acto, idea o producto que cambio un campo ya existente, o que transforma un campo ya existente en uno nuevo. Y la definición de persona creativa es: alguien cuyos pensamientos y actos cambian un campo o establecen un nuevo campo” (Csikszentmihalyi, 1996: 47)

Figura 3.2 Tres elementos en el modelo de sistemas de la creatividad de Csikszentmihalyi

Fuente: Elaboración propia con base en Csikszentmihalyi (1996)

Para Csikszentmihalyi la creatividad “(...) no se produce en las personas, sino en la interacción entre los pensamientos de una persona y un contexto sociocultural (...) resultado de la interacción de un sistema compuesto por tres elementos: una cultura que contiene reglas simbólicas, una persona que aporta novedad al campo simbólico y un ámbito de expertos que reconocen y validan la innovación, la evolución cultural, la creatividad es el cambio sobre los memes” (Csikszentmihalyi en Pascal, 2005:3)

Para Csikszentmihalyi (1996) las personas creativas son complejas, a partir de lo anterior, genera el apartado de las diez dimensiones de las personalidades creativas:

1. Los individuos creativos tienen gran cantidad de energía física, pero también están a menudo callados y en reposo.

2. Los individuos creativos tienden a ser “despiertos”, pero también ingenuos al mismo tiempo.
3. Combinación entre carácter lúdico y disciplina, o responsabilidad e irresponsabilidad.
4. Los individuos creativos alternan entre la imaginación y la fantasía, en un extremo, y un arraigado sentido de realidad del otro. Ambos son necesarios para apartarse del presente sin perder contacto con el pasado.
5. Las personas creativas parecen albergar tendencias opuestas en el continuo entre extroversión e introversión (...) Los individuos creativos parecen manifestar ambos rasgos al mismo tiempo.
6. Los individuos creativos son también notablemente humildes y orgullosos al mismo tiempo (...) Su respeto por el campo en el que trabajan les hace conscientes de la larga línea de contribuciones que les ha precedido.
7. Los individuos creativos escapan en cierta medida a este rígido estereotipo de los papeles por razón de género.
8. Una persona creativa es tradicional y conservadora, y al mismo tiempo rebelde e iconoclasta.
9. La mayoría de las personas creativas sienten gran pasión por su trabajo, aunque también pueden ser sumamente objetivas con respecto a él. La energía generada por este conflicto entre apego y desapego ha sido señalada por muchas de ellas como una parte importante de su trabajo. La razón es relativamente clara. Sin pasión, pronto perdemos interés por una tarea difícil. Pero si no somos objetivos en lo tocante a ella, nuestro trabajo no podrá ser muy bueno y carecerá de creatividad.
10. La apertura y la sensibilidad de los individuos creativos a menudo los expone al sufrimiento y el dolor, pero también a una gran cantidad de placer. El sufrimiento es fácil de entender. La mayor sensibilidad puede provocar desaires y ansiedades que los demás no sentimos habitualmente (...) Los inventores tienen un umbral del dolor tan bajo. Las cosas les molestan.

Si bien Csikszetmihalyi hace un análisis de las diez dimensiones de las personalidades creativas, y que representa un acercamiento entre la interacción entre características de la personalidad y la situación espacial, que podría coincidir con la perspectiva de Florida.

Por otro lado Robinson (1999), en el reporte presentado para la *National Advisory Commitee on Creative and Cultural Education*, denominado *All our futures: Creativity, Culture and Education*, menciona que existen cuatro características en el proceso creativo, *“first, they always involve thinking or behaving imaginatively. Second, overall this imaginative activity is purposeful: that is, it is directed to achieving an objective. Third, these processes must generate something original. Fourth, the outcome must be of value in relation to the objective* (Robbinson:1999,30)

Figura 3.3 Elementos de la creatividad de acuerdo a Robbinson.



Fuente: Elaboración propia con base en Ken Robbinson (1999).

De acuerdo con Brown, “la creatividad es el conjunto de procesos complejos de generación de ideas novedosas que surgen de manera abrupta, a partir del *insight* y la iluminación. Estas ideas son producto del inconsciente, el cual, en muchas

ocasiones censura la producción creativa, teniendo cuatro rasgos fundamentales: a. Preparación, involucrada en la exploración y búsqueda de información, en el problema planteado y en el conjunto de actitudes para establecer soluciones adecuadas b. Incubación, se reflexiona sobre un problema, se establecen nuevas conexiones, se acumula lo que se sabe y lo que se conoce en el subconsciente para generar soluciones potenciales. Su relación está con la flexibilidad. c. La iluminación, representa el *insight*, la idea feliz, la clave de la respuesta, eureka, la idea emerge de la inconciencia. Su equivalente es la originalidad d. Verificación. Es la puesta en práctica de lo acontecido, es la certificación de la verdad, es la evaluación de la idea. Su correspondencia está en la elaboración” (Brown en Homero:2013, 23)

Sin embargo, la teoría de Brown analiza a la creatividad desde una perspectiva de iluminación y podría ser excluyente, ya que surge a partir de ideas que vienen desde otra entidad superior y de manera inconsciente. Regresando a Csikszetmihalyi, en el libro *Creatividad: El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención* (1996), dedica un apartado a la importancia de los entornos creativos, que más tarde abordarían la mayor parte de los autores que se revisaran en el siguiente sub apartado.

Csikszetmihalyi menciona que existen tres razones principales donde una persona habita, la primera es el acceso al campo donde la persona desea trabajar, esto debido a que la información se encuentra en diferentes puntos geográficos (...); la segunda razón es debido a la estimulación novedosa no está homogéneamente distribuida. Ciertos ambientes tienen mayor efervescencia de ideas(...) incitan a la persona a romper con las convenciones y experimentar más fácilmente con la novedad que si hubiera permanecido en un contexto conservador y represivo; finalmente la repentina disponibilidad de dinero en un determinado lugar atrae a artistas o científicos a un ambiente por lo demás estéril, y ese lugar se convierte, al menos por algún tiempo, en uno de los centros del ámbito.

La creatividad no es una actividad exclusiva de las personas relacionadas al ámbito de las artes, sino es un proceso que se desarrolla de manera cotidiana; en efecto, tiene su origen neurológico, y existen condiciones necesarias para que se produzca, no solo fisiológicas, sino también emocionales y relacionadas al espacio.

Dentro de los autores revisados, podemos establecer que la creatividad también tiene un componente de valoración por el usuario, que va desde el nivel elemental o de interés personal hasta el nivel superior o de creación trascendente; por lo que la importancia de los entornos creativos, que se desarrollan en el siguiente apartado, han sido tema de estudio en los últimos años y forman parte de las políticas públicas actuales y la forma en la que pensamos a la ciudad y sus espacios públicos.

3.1.2. Concepto de Ciudades Creativas

En los últimos años ha proliferado el discurso alrededor del papel de las ciudades como incubadoras de innovación y creatividad; este fenómeno ha sido estudiado por diversos autores, entre los que destacan Hall (2002), Florida (2000, 2002), y Landry (1995,2000), colocando a las ciudades como un espacio de concentración de creativos, generando zonas de desarrollo económico, como se presenta en la Figura 3.4

Figura 3.4 Perspectivas entorno a las Ciudades Creativas

Florida	Landry	Hall
Richard Florida en el libro, <i>Las Ciudades creativas</i> (2000), propone que la creatividad está relacionada con las personas.	Charles Landry (2000), en su libro <i>The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators</i> . Propone al <i>milieu creativo</i> ; definido como un espacio físico donde la población de emprendedores,	Economía creativa en las ciudades. La ciudad creativa es un fenómeno que pertenece a todos los tiempos. En el curso de la historia nos encontramos con diferentes tipos de ciudades creativas:
Enfoca tres elementos básicos que debe de tener una ciudad para poder generar espacio creativos: <i>Tecnología, Talento y Tolerancia</i> .	intelectuales, artistas, estudiantes, activistas sociales, administradores y personas de distintas disciplinas pueden operar en un contexto abierto y generar distintas miradas, nuevas ideas, productos y servicios.	Ciudades tecnológicas de innovación, culturales-intelectuales, culturales, tecnológicas y tecnológico-organizativo

Fuente: Elaboración propia con base en Florida (2000), Landry (2000) y Hall (1995, 2002)

Las ciudades como actores estratégicos y centros de investigación, que a través de las actividades que realizan, buscan la competitividad a través de estrategias que transformen y desarrollen el principal argumento de la política urbana.

La UNESCO, a través del *Management of Social Transformations Programme* (MOST), menciona a la creatividad como un elemento esencial del desarrollo, y que se requiere de la generación de espacios que fomenten la creatividad y desarrollo económico.

El concepto de Ciudad Creativa fue desarrollado por Landry y Bianchini en el libro *The Creative City* (1995), desde entonces han surgido numerosos conceptos alrededor, como *knowledge city*, *branding city*, *milieu creativo*, entre otros; así mismo organizaciones internacionales como la OCDE, UNESCO, *Department of Culture*,

Media and Sports UK (DCMS), se han interesado en el tema, lo que refleja el cambio de paradigma entorno a las ciudades y a la gestión urbana.

La publicación posterior de Landry, *The creative city: a toolkit for urban innovators* (2000), define al espacio como *milieu creativo*, un espacio físico donde la población de emprendedores, intelectuales, artistas, estudiantes, activistas sociales, administradores y personas de distintas disciplinas pueden operar en un contexto abierto y generar a partir de distintas miradas nuevas ideas, productos y servicios que contribuyan al éxito económico de la ciudad.

Para Landry (2000), la ciudad requiere ser pensada de una forma diferente a la que consideramos en el pasado. Una ciudad que anima a la gente a trabajar con su imaginación va más allá del paradigma de la ingeniería urbana en una ciudad donde los ciudadanos toman decisiones. La creatividad se vincula hacia las personas y las ciudades, por lo que las personas creativas pueden mudarse a espacios donde existan más personas creativas pero con ocupaciones e identidades diversas.

Florida (2000), en su libro *The Geography of Talent*, propone a la actividad creativa como la que construye la base de la competitividad y el dinamismo de las economías urbanas y regionales, determina el concepto de *ciudad creativa*, en referencia a las localidades dinámicas, innovadoras donde convergen nuevas ideas, existe población de distintas procedencias, creando una comunidad cultural imaginativa y diversa.

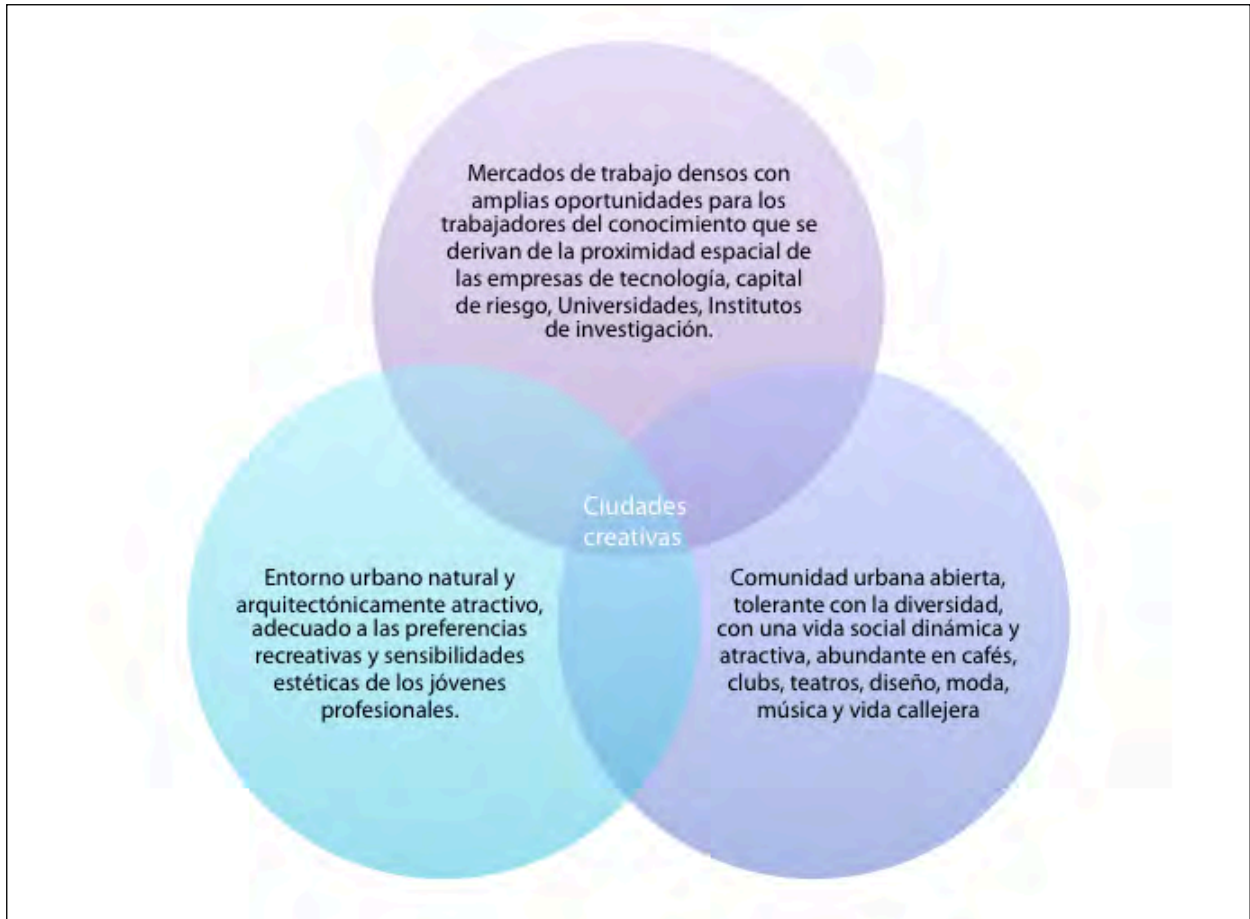
Así mismo, Florida en su libro *Las Ciudades Creativas* (2002), propone que la creatividad está relacionada con las personas y establece tres elementos básicos que debe de tener una ciudad para poder generar espacio creativos: *Tecnología, Talento y Tolerancia*. Estas variables constituyen el modelo de la triple "T". Este mismo autor propone el concepto de "Clase creativa" para referirse a aquellas personas cuyo trabajo creativo contribuye a la economía. Además reconoce otros dos tipos de clase trabajadora, la de servicios y la agricultura. Es esta clase creativa

la que influye en la dinamización de la región para prosperar económicamente; por lo que las ciudades con mayores índices de competitividad, son las que han sabido crear un contexto social abierto a la creatividad y diversidad por lo que han logrado atraer y concentrar a personas que aportan conocimiento e ideas innovadoras, estos factores considerados como fundamentales para el éxito económico.

Por otro lado, Hall en el libro *Economía creativa en las ciudades* (2002), propone a la ciudad creativa como un fenómeno que pertenece a todos los tiempos, y menciona que es un tema que ha sido recurrente a lo largo de la historia, sin embargo se le ha dominado de diferente manera, por ejemplo: ciudades tecnológicas de innovación, culturales-intelectuales, culturales, tecnológicas y tecnológico-organizativo

En la Figura 3.5 se presentan los elementos para que pueda desarrollarse una Ciudad Creativa, a partir de los aportes de Hall (2002), Landry (2002) Florida (2005) destacando la diversidad de profesionales y sus disciplinas, así como un entorno urbano que propicie y fomente la creatividad.

De acuerdo a la Figura 3.5, se puede generar un entorno urbano que propicie la generación de redes, entendidas como un grupo de personas con experiencias, intereses o actividades comunes, dispuestas a compartir y recibir conocimiento, para producir resultados de valor.

Figura 3.5 Factores de interacción para la formación de Ciudades Creativas

Fuente: Elaboración propia con base en Hall (2002), Landry (2002) y Florida (2005)

Este es el caso de La *Red de Ciudades Creativas* creada por la UNESCO en el 2004, con el objetivo de fomentar la inclusión de la creatividad en la resolución de problemas socioeconómicos y culturales derivados de la urbanización rápida y en el logro de un desarrollo urbano sostenible en el siglo XXI. La red es actualmente¹ integrada por 180 ciudades en 72 países que se reparten en siete subredes de industrias creativas: Literatura, Cine, Música, Artesanía, Diseño, Media, y Gastronomía.

¹ <https://en.unesco.org/creative-cities/events/64-cities-join-unesco-creative-cities-network>- Fecha de consulta: 11 de Noviembre de 2017.

Si bien existe una proliferación del concepto de Ciudades Creativas, este se encuentra relacionado fuertemente con la gestión urbana del espacio, así como a las dinámicas territoriales y las iniciativas ciudadanas exitosas, y las estrategias deliberadas para poder dinamizar el espacio. Partiendo del concepto de Ciudades Creativas, las ciudades y los espacios son importantes, debido a que su configuración permitirá generar nuevas ideas a través de nuevas formas de comprender y hacer las cosas.

La intención de presentar estos casos es identificar los elementos de gestión urbana implícitos que servirán de base para elaborar una propuesta conceptual de un modelo de gestión urbana útil en la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad. A continuación se presenta una breve descripción de los casos elegidos: Barcelona, Pekín y Londres.

1. Citilab

Citilab² es un centro de formación, investigación y una incubadora de iniciativas empresariales y sociales para la innovación social y digital, ubicado en Cornellà de Llobregat, Barcelona; cuyo objetivo es difundir el impacto digital en el pensamiento creativo, el diseño y la innovación que surge de la cultura digital, así como una forma de trabajo colaborativa e integradora. Citilab es una iniciativa que a partir del Internet considera un medio de innovación mucho más centradas en los ciudadanos, surge en 1997 e inicia operaciones en 2007, en un espacio que fue la Fábrica textil Can Suris en 1897.

Citilab trabaja a partir de cuatro iniciativas: Innovación, territorio y ciudadanía, proyecto urban labs, innovación en economía y social, y laboratorios de medios sociales, que a continuación se detallan.

² <https://www.citilab.eu/>

- **Innovación, Territorio y Ciudadanía**

Este proyecto establece las estrategias y plataformas que faciliten la comunicación entre los ciudadanos, las acciones y proyectos se enfocan especialmente a las comunidades locales de Cornellà del Llobregat para funcionar como catalizador de cambio.

- **Proyecto urban labs**

Este proyecto tiene el objetivo de generar un nuevo discurso alrededor de las Tecnología de Información y Comunicación, vinculando aspectos de urbanismo, promoción económica, cohesión social y participación social.

- **Innovación en economía y sociedad.**

Analiza dinámicas de los ciudadanos y tejido empresarial, para que interactúen con el fin de identificar y definir los nuevos productos y servicios.

- **Laboratorios de Medios Sociales.**

Promueven la creación audiovisual y multimedia a través de la participación ciudadana y con la colaboración de universidades, empresas audiovisuales, profesionales del arte, diseñadores, entre otros.

El Citilab de Barcelona es una iniciativa que promueve la generación de acciones a la promoción del cambio de paradigma a través del uso de tecnologías de la información, mantener cohesión social dentro de la era digital, y propiciar el desarrollo de sus habitantes. En el año 2010 fue reconocido por el *Urban Land Institute* como la mejor iniciativa urbana a nivel mundial.

2. La zona de arte 798/ Distrito de Dashanzi, Pekín

La zona comúnmente llamada El Distrito de Arte 798 o La Fábrica 798³, ubicada en el Distrito de Chaoyang en Beijing, China, alberga una comunidad con profesionistas relacionadas a las bellas artes, en una zona caracterizada por su arquitectura industrial, ya que en la década de 1950 era una zona de fábricas militares. Este complejo de 1 km² de extensión, albergaba un complejo industrial estatal, construidos en conjunto con la antigua Unión Soviética y diseñados en la antigua Alemania del Este.

Posterior a la década de 1960, la economía de Beijing se desarrollaba tras las reformas de Deng Xiao Ping, la zona cambió y sufrió un declive económico, por lo que los negocios se mudaron a otras partes dejando atrás las fábricas. Es a partir del 2002 cuando los espacios abandonados se volvieron a utilizar, convirtiéndose en sede de galerías, museos, estudios, compañías de diseño, cafeterías, entre otros; es en el 2003 cuando alrededor de 30 artistas establecen sus oficinas, teniendo una lista de espera de 200 empresas en espera para instalarse; para el año 2009 se convirtió en el escenario para la Bienal de Arte Contemporáneo en China.

En los últimos cinco años, este espacio ha servido para resaltar la importancia del arte contemporáneo chino en el mundo, y apoyando la promoción del desarrollo de la vida cultural, así como un símbolo del potencial artístico de China.

3. Street Art Museum, East London⁴.

La zona del Este de Londres se ha caracterizado por ser la zona con mayor presencia de migrantes árabes y de la India. En 1973 a partir del Brick Lane Jamme Masjid⁵, la zona comenzó a dinamizarse entorno al comercio local, por lo que había

³ <http://www.798district.com/>

⁴ No cuenta con un sitio web oficial, sin embargo, las publicaciones pueden ser consultadas a través de redes sociales con el #eastlondonstreetart

⁵ Mezquita

mucha presencia de sastres, súper mercados con productos árabes, restaurantes, cafeterías, entre otros negocios.

Se conocía como una zona de conflicto, que ha ido evolucionando a través del arte urbano, transformándose en un espacio de inclusión entre sus habitantes y los que visitan este espacio. Es a partir del año 2000 cuando se da inicio a la proliferación de arte urbano en cada una de sus calles con el apoyo de los habitantes de la zona, lo que ha generado recientemente la dinamización de la misma a través del turismo. En esta zona se pueden encontrar obras de los artistas urbanos Banksy, El Mac, Pablo Delgado, Pez, ROA, entre otros.

East London contaba con diversas naves industriales, como *The Old Truman Brewery*, que inició operaciones en 1666, y que cerró al inicio de la década de 1980; resurgiendo en 1989 a partir de que sus habitantes generaran acciones para convertirla en galería y en un bazar de industrias creativas que opera los fines de semana, aunado a lo anterior, alrededor de la fábrica existen diversos espacios dedicados al arte, a la moda y a preservar algunas de las costumbres de los migrantes que habitan la zona.

A partir de las tres experiencias y partiendo del concepto de Ciudades Creativas; las ciudades y los espacios son importantes porque de acuerdo a su configuración nos permitirán generar nuevas ideas a través de nuevas formas de comprender y hacer las cosas. Teniendo ciudades y espacios públicos que promuevan la creatividad, incrementará la calidad de vida de los habitantes, debido a la incorporación de la infraestructura, que podrá provocar mayor emprendimiento social, económico y cultural.

Los casos de Barcelona, Pekín y Londres tienen algunos aspectos en común:

- La gestión urbana permitió a los habitantes del espacio y a su gobierno generar estrategias para impulsar el desarrollo del lugar.
- Desarrollo de sus habitantes a través del acceso a la tecnología y la incorporación de nuevos servicios, que producen el crecimiento económico local.
- Recuperación de los espacios olvidados por una desaceleración económica, y que actualmente sirven para potencializar la zona.

A manera de reflexión de este apartado, fue necesario el abordar el estudio de la creatividad desde una perspectiva cognitiva, y transitar ha una dimensión social a través del concepto de Ciudades Creativas.

Para el desarrollo de está investigación se entiende por carácter creativo el proceso que propicia un cambio y su transformación produce algo nuevo, y que aporta un valor en el usuario o en el contexto en el que se desarrolla.

De acuerdo a las diez dimensiones de las personas creativas de Csikszetmihalyi, resulta interesante que tiene ciertas similitudes a las características presentadas por Richard Florida en relación al concepto de *clase creativa*, ya que coinciden en la tolerancia, la apertura.

La importancia de las ciudades como un espacio de concentración de la clase creativa (Florida,2002), propicia la dinamización de espacios con desarrollo económico y social, donde podrían encontrarse emprendedores, intelectuales, artistas, estudiantes, es decir, personas que puedan trabajar a través de un contexto

abierto, generando nuevas perspectivas, nuevas ideas que permitan el desarrollo de las ciudades, convirtiéndolas en Ciudades Creativas.

Al inicio de esta investigación, La Red de Ciudades Creativas creada por la UNESCO en el 2004, estaba conformada por 29 ciudades en 18 países, hasta el 11 de noviembre de 2017, está constituida por 180 ciudades en 72 países, es decir, la red creció seis veces más en los últimos 4 años; por lo que el fomentar la creatividad en la resolución de problemas podría suponer que es la clave del desarrollo urbano sostenible para el S. XXI

A través de la revisión de los casos de Barcelona, Pekín y Londres, se identificó la importancia de que un modelo de gestión urbana puede tener implicaciones en mejorar la calidad de vida. Para el desarrollo de esta investigación se entiende por carácter creativo el proceso que propicia un cambio y su transformación produce algo nuevo, y que aporta un valor en el usuario o en el contexto en el que se desarrolla. Una parte importante de las ciudades son los espacios públicos, por lo que el siguiente apartado tiene como objetivo construir una narrativa para explicar su importancia y como mantienen relación con las Ciudades Creativas.

3.2. Espacio Público

3.2.1. Definición y características.

El espacio público está relacionado a la forma en que se va configurando la Ciudad y sus habitantes, al pasar del tiempo ha tenido una evolución que va desde el comercio hasta responder a las necesidades actuales de la sociedad. El espacio público desde una perspectiva cotidiana, analizado como un campo de nuestra vida en el que se puede transcurrir libremente, como menciona Habermas que *“los ciudadanos se relacionan voluntariamente bajo la garantía de que pueden unirse para expresar y publicar libremente opiniones que tengan que ver con asuntos relativos al interés general”* (Habermas, 1986:53); por lo que la permanencia y existencia de estos espacios permite la interacción de diversos actores.

Gianini (1999:17) menciona que la importancia de los espacios públicos a través de que *“El hombre tiene que tener lugares y momentos próximos a la reflexión(...)/lugares que constituyan ciudadanía recuperada”*, es decir, que la práctica ciudadana en el desarrollo del patrimonio y bienes espaciales son vitales, la participación en una red o entramado de espacios sociales, organizaciones y movilizaciones de diversa índole y sentido, abiertos y que siempre se encuentren estos disponibles a los ciudadanos.

En los espacios públicos son los ciudadanos los que se apropian de los usos y costumbres, a través de las tradiciones, tendencias generales o eventos esporádicos, como un termómetro para determinar los grados de interacción social, es por esto, que el espacio público supone el dominio público, colectivo y la diversidad de actividades, pero en ocasiones, es en el espacio donde se manifiesta la crisis de la vida en la ciudad, por lo que *“la historia de la ciudad es la de su espacio público (...) es el espacio principal de la cultura urbana y de la ciudadanía, es un espacio físico, simbólico y político (...) por lo que se le pide que sea el espacio público que*

contribuya a proporcionar sentido a nuestra vida urbana” (Borja,2007:23)

Por lo tanto, un espacio público, se define por su libre acceso y su libre uso, entendiendo por libre no el que se pueda hacer lo que se quiera, sino aquello que ha sido acordado o al menos no haya sido prohibido gracias a un acuerdo colectivo tomado libremente, es por esto, que los espacios públicos contribuyen a la sociabilidad de residentes del entorno y usuarios en general, así como aumentan las capacidades de vínculos entre los ciudadanos, plantean demandas y diálogo con las autoridades, así como el desahogo de lo cotidiano. Zukin plantea en *The Cultures of Cities* (1995), que el concepto de espacio público ha sido desarrollado en las últimas décadas aludiendo a cuatro perspectivas teóricas:

- Como el área donde se plasman los problemas de interés local y global, y se expresan los asuntos de interés común, sobre los de interés privado;
- Como el campo de interacción social donde es legítimamente reconocida a través de reglas de anonimato y civilidad;
- Como la arena donde la sociedad es homogéneamente concebida bajo las premisas del orden social, que si bien puede reconocer sus diferencias, asume una lógica universalista de pertenencia;
- Y, finalmente, como la esfera donde tienen lugar los procesos de representación de la voluntad general.

Es debido a lo anterior, que cuando se habla de espacio público es posible, se puede describirlo al menos en tres dimensiones: público, integrador y económico, como se presenta en la Figura No. 3.7

Figura No. 3.7. Dimensiones del espacio público

Fuente: Elaboración propia con base en Habermas (1986), Gianni (1997), Borja (2007) y Zukin (1995)

De acuerdo a la Figura 3.7. el espacio público puede desempeñar varias funciones, y puede estar dominado por distintas lógicas, no solo puede ser un espacio abierto, sino que puede tener distintos usos, o bien, desempeñar más de uno en una misma situación. La producción de espacios públicos no solo afecta la producción de dimensiones comunitarias y privadas de la vida humana en general (vinculadas a los sentimientos de pertenencia e identidad), sino también al desarrollo de lo público/colectivo como una dimensión cotidiana y material.

3.2.2 Breve semblanza de la evolución del Espacio Público

A partir de una consideración histórico cultural de espacio público, una constante es la dimensión fundamental de la democracia, la política, la cultural y lo social. Su evolución a través de la crisis del espacio público que se diluye a través de la ciudadanía para transformarse en espacios no apropiados, por su carácter de vulnerabilidad, es donde el derecho a la ciudad y al espacio público responde a una transformación.

En el libro *Revolución Urbana y Derechos Ciudadanos* (2013), Jordi Borja considera que existen tres elementos que modifican al espacio público y al movimiento ciudadano.

- La consideración histórico cultural del espacio público como una dimensión fundamental de la democracia política y social: democratización de su dimensión territorial, sentimiento de igualdad y libertad por parte de los ciudadanos que lo habitan, el espacio público permite la convivencia, expresa sus demandas y conflictos, se relacionan personas contribuyendo al desarrollo de barrios o zonas urbanas y la continuidad de las distintas partes de la Ciudad.
- El derecho a la ciudad y espacio público democrático son dos caras de la misma moneda: Teniendo en cuenta que las dinámicas urbanas actuales, han propiciado que las ciudades del mundo se debiliten y privatizando los espacios públicos.
- La crisis del espacio público es resultado de las actuales pautas urbanizadoras, extensivas, difusas, excluyentes y privatizadoras: Espacios públicos pierden cualidades ciudadanas para convertirse en espacios vacíos, o en áreas turísticas y de ocio o centros administrativos vacíos y temidos al anochecer o en calles o barrios cerrados.

El espacio público entendido como espacio de uso colectivo es el marco en el que se tejen las solidaridades y donde se manifiestan los conflictos, donde emergen demandas y las aspiraciones y se contrastan con las políticas públicas y las iniciativas privadas. De acuerdo con Borja (2013), la calidad del espacio público es una referencia fundamental para evaluar la democracia ciudadana. Es en el espacio público donde se expresan los avances y los retrocesos de la democracia tanto en sus dimensiones políticas como sociales y culturales. Por lo que el derecho a la Ciudad viene condicionado por las formas físicas y políticas que toma el derecho urbano, Borja identifica siete retos actuales que deben de ser atendidos para la mejora y disfrute del espacio público por la sociedad.

Figura No. 3.8 Retos sociales actuales en la generación de espacios públicos de acuerdo a Borja



Fuente: Elaboración propia con base en Borja (2013)

De acuerdo con García-Doménech (2015) en el artículo *Urban aesthetics and social function of actual public space: a desirable balance*, propone las diferencias entre espacio público construido por la ciudadanía y la diferencia entre el espacio público privado, "(...) *These places present radical differences with real public spaces: real public space promotes social integration, while privatized public space generates social exclusion. Real generates urbanity, even "public space is the city itself" (Borja and Muxí, 2003), while privatization creates the segregation and disintegration of the city. True public space is intended for citizens, while privatized space is designed for*

clients. True space has its own identity, while privatized space is neutral: there is no urban personality and its main objective is to attract customers. True space is economic from an urban approach, while privatized space dramatically increases the needs of urban mobility. In real public space is possible to improvise any urban activity, as uncontrolled or surprising it may seem, while in privatized space only planned activities for which it was specifically designed can take place, the surprises are designed only for commercial purposes and everything is permanently under control”.

Desde la propuesta de García-Doménech, el espacio público debe tender hacia la construcción social, más hacia la inclusión social, permitiendo que la construcción social sea producto de la ciudadanía, como lo analiza Harvey (2013).

Harvey en *Rebel Cities From the Right to the City to the Urban Revolution* (2013), de acuerdo a Harvey, “(...)the question of what kind of city we want cannot be divorced from the question of what kind of people we want to be, what kinds of social relations we seek, what relations to nature we cherish, what style of daily life we desire, what kinds of technologies we deem appropriate, what aesthetic values we hold” (Harvey,2013:4).

Harvey define al Derecho a la Ciudad, o bien, al espacio público, como “a collective rather than an individual right since changing the city inevitably depends upon the exercise of a collective power over the processes of urbanization” (Harvey,2013:4).

De acuerdo a Harvey, una parte fundamental de la evolución del espacio público es la conformación de los procesos de urbanización, y menciona que desde el origen de las Ciudades se ha dado por un proceso de urbanización, que ha sido siempre, un fenómeno de cambio a través del cual han surgido concentraciones geográficas; esta concentración tiende a realizar ciudades divididas, fragmentadas y en constante conflicto.

Conforme a Balbo, la ciudad "(...)se está dividiendo en diferentes partes separadas, con la aparente formación de muchos" microestados ". Barrios ricos dotados de todo tipo de servicios, como escuelas exclusivas, campos de golf, pistas de tenis y policías privados que patrullaban la zona durante todo el día, se entrelazan con los asentamientos ilegales donde el agua está disponible solamente en las fuentes públicas, no existe sistema de saneamiento, la electricidad es pirateada por unos pocos privilegiados, los caminos se vuelven corrientes de barro cada vez que llueve, y donde el intercambio de casa es la norma. Cada fragmento parece vivir y funcionar de manera autónoma, se pega firmemente a lo que ha sido capaz de captar en la lucha diaria por la supervivencia. " (Balbo en Harvey, 2013:48).

El estudio del espacio público desde diversos enfoques como la importancia en la vida pública, construcción social, identidad, formación de la ciudadanía, y la apropiación espacial, resalta que es un concepto dinámico que a través de su análisis y exploración espacial, social, cultural, normativa, jurídica, histórica y educativa permite ser un referente de sus ciudadanos.

El espacio público desde una mirada como un indicador de la calidad de vida de sus habitantes, es una perspectiva que nos permite evidenciar el bienestar de las personas en las ciudades, ya que es donde se ejercen las prácticas que contribuyen a la socialización, por lo que las características de estos espacios, permean el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos y que inciden en la gestión urbana.

Para esta investigación, el espacio público se entiende como la circunscripción donde se manifiesta la dimensión social acorde a las necesidades de los usuarios, por lo que es cambiante a través de la interacción humana, y permite la construcción social, la formación ciudadana, permite valorar la calidad de vida de sus habitantes y desarrollar su creatividad, a partir de la inclusión, ambiente cultural, accesibilidad, y su apropiación por parte de la ciudadanía.

3.3. Gestión urbana

3.3.1 Definición

El término de gestión urbana ha sido estudiado en los últimos años, sin embargo, durante el desarrollo de esta investigación se observó que no hay un concepto claro al respecto. Coulomb (1993), define el término de gestión urbana, como la administración de los servicios urbanos, conjunto de prácticas políticas y sociales, a través de las cuales las demandas de la población tienen respuestas técnicas y administrativas a estas demandas.

Para Borja (1997), la gestión urbana consiste en situar a cada ciudad en condiciones de afrontar la competitividad global. Por otro lado, para Velásquez (1996), es el conjunto de procesos dirigidos a operar sobre la ciudad.

Para la Alianza Venezolana para la Defensa de los Derechos Humanos, la Ecología y el Medio Ambiente (ASOPRODEM) desarrollan el concepto de Gestión Urbana Responsable, que definen como un proceso de creación de la ciudad, involucra un conjunto de actividades y procesos que conforman la intervención social y depende de los gobiernos locales y del grado de participación de sus habitantes. En la figura 3.9. se presenta una revisión del concepto de gestión urbana.

Figura 3.9 Diferentes visiones del concepto de Gestión Urbana

René Coulomb (1993)	Jordi Borja (1997)	Velásquez (1996)	ASOPRODEM (2002)
Administración de servicio urbanos, conjunto de prácticas políticas y sociales a través de las cuales las demandas de la población tienen respuestas técnicas y administrativas	La gestión urbana consiste en situar a cada ciudad en condiciones para afrontar la competitividad global	Conjunto de procesos dirigidos a operar sobre la Ciudad	Proceso de creación de la ciudad, involucra un conjunto de actividades y procesos que conforman la intervención social y depende de los gobiernos locales y del grado de participación de sus habitantes

Fuente: Elaboración propia con base en Coulomb (1993), Borja (1997), Velásquez (1996) y ASOPRODEM (2002)

Las cuatro definiciones anteriores coinciden en que la gestión urbana forma parte de las acciones de gobierno para desarrollar e impulsar a la Ciudad; René Coulomb y la ASOPRODEM mencionan la participación de los habitantes de las Ciudades en la generación de iniciativas para poder dinamizarla.

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en el documento titulado *Guía de Gestión Urbana* (2003), la gestión urbana esta basada en 3 pilares: institucionalidad, diagnóstico y análisis, gobierno local como catalizador, con base a la participación ciudadana, como se muestra en la Figura 3.10

Figura 3.10 Elementos de la gestión urbana de acuerdo a la CEPAL

Elaboración propia con base a la CEPAL (2003)

En relación a la **institucionalidad** se refiere a que el gobierno local sea ejercido por las autoridades competentes, cuyos esfuerzos sean encaminados a la generación de un proceso de administración y gestión apropiado, ajustado a las características y necesidades de desarrollo de la localidad, esto se alcanzará a través del **diagnóstico y análisis** del espacio, por lo que el **gobierno local** debe de contribuir al desarrollo mediante esfuerzos especiales de inversión, mediatización, evaluación y presentación de proyectos e información.

3.3.2 Diferencia entre administración y gestión urbana

Durante la realización de la investigación se revisaron diversos textos en donde el concepto de administración urbana es sinónimo de gestión urbana, por lo que es necesario plantear la necesidad de analizar los conceptos. Un ejemplo es la Dirección General de Administración Urbana de la Ciudad de México¹, cuyo mandato es aplicar y evaluar los programas de Desarrollo Urbano, autorizar los planos

¹ <http://www.seduvi.cdmx.gob.mx/secretaria/estructura/69> Fecha de consulta: 1 de agosto de 2017

oficiales de la vía pública, alineamiento de los números oficiales, derecho de vía, las modificaciones de la traza urbana, integrar y operar el registro de los planes y programas de desarrollo urbano de la Ciudad, dirigir el funcionamiento de la ventanilla única SEDUVI-SIT, detectar las zonas de la Ciudad con problemas de inestabilidad en el subsuelo para su regeneración y aprovechamiento urbano; por lo tanto, su objetivo su función es operativa y de ejecutar los planes desarrollados por la Agencia de Gestión Urbana (AGU)²

La AGU fue creada por decreto del Jefe de Gobierno, Miguel Ángel Mancera Espinosa el 12 de febrero de 2013; el objeto de su creación es garantizar la coordinación y colaboración eficiente entre dependencias, órganos desconcentrados, órganos político-administrativos y entidades de la entonces Administración Pública del Distrito Federal (ahora Ciudad de México), que tengan a su cargo el diseño y ejecución de políticas, programas y acciones en materia de servicios públicos urbanos y funcionalidad en la vía pública.

Para lograr su objetivo, la AGU cuenta con acciones tendientes a potencializar estratégicamente el desarrollo creativo en la Ciudad para el diseño e instrumentación de diagnósticos y soluciones respecto a la problemática urbana en beneficio de los sectores público, social, privado, civil y académico. Con estos dos ejemplos, es importante resaltar que la administración urbana no es lo mismo que gestión urbana, ya que la administración urbana se basa en el control de la ocupación y de la provisión de algunos servicios básicos; y la gestión urbana son las acciones de autoridad local y la ciudadanía para la planeación de las transformaciones urbanas.

Un elemento importante a considerar en el concepto de gestión urbana es la participación ciudadana, *entendida como formas de inclusión de la ciudadanía en procesos decisorios, incorporando sus intereses particulares (no individuales)*

² <http://www.agu.cdmx.gob.mx/> Fecha de consulta: 1 de agosto de 2017

respecto a determinadas temática (Ziccardi, 2004:10), y es dentro del proceso de la gestión urbana donde se realiza de manera consensuada el proyecto de reconfiguración que los ciudadanos plantean en su localidad. Este proceso resultó importante para la aplicación del modelo de gestión urbana que se desarrollará en el apartado 4.4, a través de promover la participación que permitiera construir a la comunidad y su legitimidad en el desarrollo del proyecto.

A partir de las definiciones anteriores, para el desarrollo de esta investigación el concepto de gestión urbana, son las acciones generadas por gobierno y ciudadanía para garantizar la coordinación, ocupación, uso de suelo urbano, con el objetivo de planear a corto, mediano y largo plazo la forma en que se desarrolla la ciudad y potencializar su crecimiento.

3.4. Análisis y revisión de artículos científicos publicados sobre el objeto de estudio.

Para la construcción de este apartado se desarrolló a través de técnicas bibliométricas, teniendo como principio la revisión de bases de datos electrónicas como una fuente principal de acopio de datos.

De acuerdo a Licea de Arenas (2002), las técnicas bibliométricas permite dar seguimiento de las tendencias y cambios que puedan presentarse en un sistema de ciencia y tecnología.

3.4.1. Criterios de búsqueda

Al tratarse de un tema relacionado con la importancia de las ciudades, se realizó un análisis de lo que se ha escrito en los últimos cinco años, del 2008 al 2013, siendo este último el año en que inició esta investigación, con el objetivo de tener la información lo más actualizada posible, y que validará la pertinencia del desarrollo de esta investigación.

Para lograr este objetivo, se revisaron 100 artículos relacionados a los temas de *Creative Cities* y *Urban Management*, a través de las bases de datos científicas JSTOR, EMERALD, WEB OF SCIENCE, de esta forma se creó a su vez una base de datos científicas relacionada a la investigación para conocer lo que se había escrito, los hallazgos en torno al tema, y la visión académica respecto al tema.

La base de datos cuenta con las siguientes categorías:

1. Título. Este apartado contiene el nombre de la investigación, durante la captura y revisión de artículos de investigación se realizaba un primer filtro y

se analizaba si la investigación contaba con aplicación hacia casos de estudio y país de origen.

2. Autor. Contiene el nombre de los responsables de la investigación, correo electrónico de contacto. Aunque se revisaron 100 artículos, la base cuenta con más de 130 investigadores relacionados al tema, que posteriormente fueron contactados para el desarrollo de esta investigación y la validación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos.
3. Palabras clave. A partir de la revisión de los artículos académicos de investigación se abrieron subcategorías de los temas relacionados a los artículos revisados y a esta investigación, así como las líneas de desarrollo a futuro.

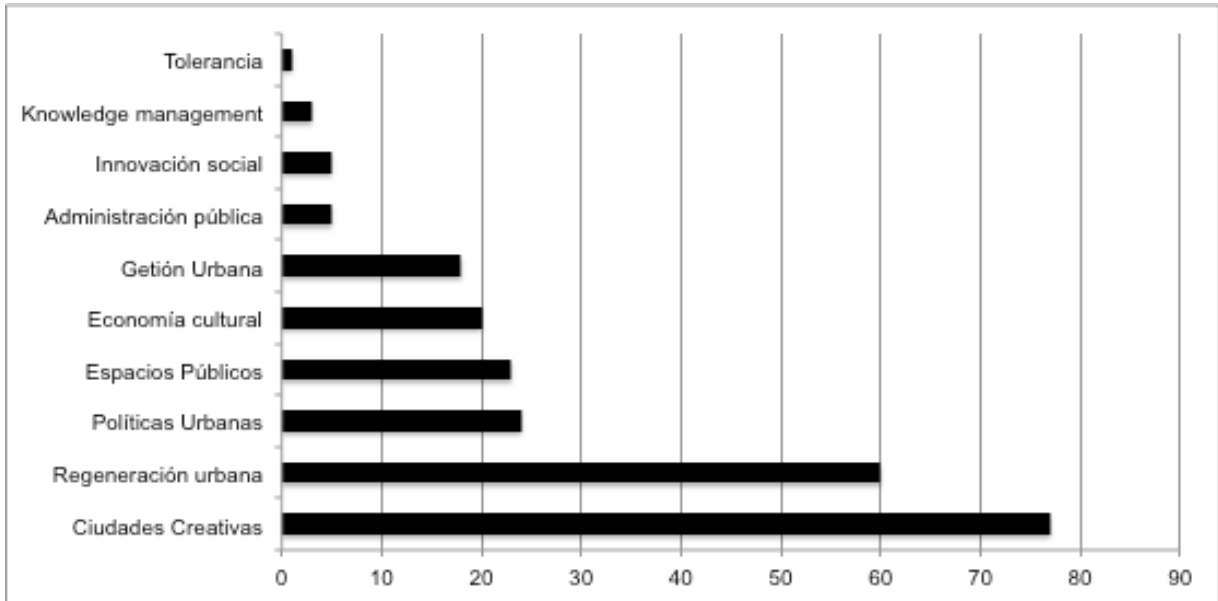
3.4.2. Hallazgos

La búsqueda en las bases de datos antes mencionadas, se investigaron dentro de la categoría tema, inició con las palabras clave: *Urban Management* y *Creative Cities*, a partir de esta búsqueda se revisaron cada uno de los 100 artículos encontrados para conocer la metodología, como se abordan los temas y cuales son las nuevas líneas de investigación relacionadas.

En la Figura 3.11 y 3.12 se enlistan las subcategorías que fueron mencionadas en la mayor parte de los artículos revisados, entre las que destacan: ciudades creativas, regeneración urbana, políticas urbanas, gestión urbana, espacios públicos, innovación social.

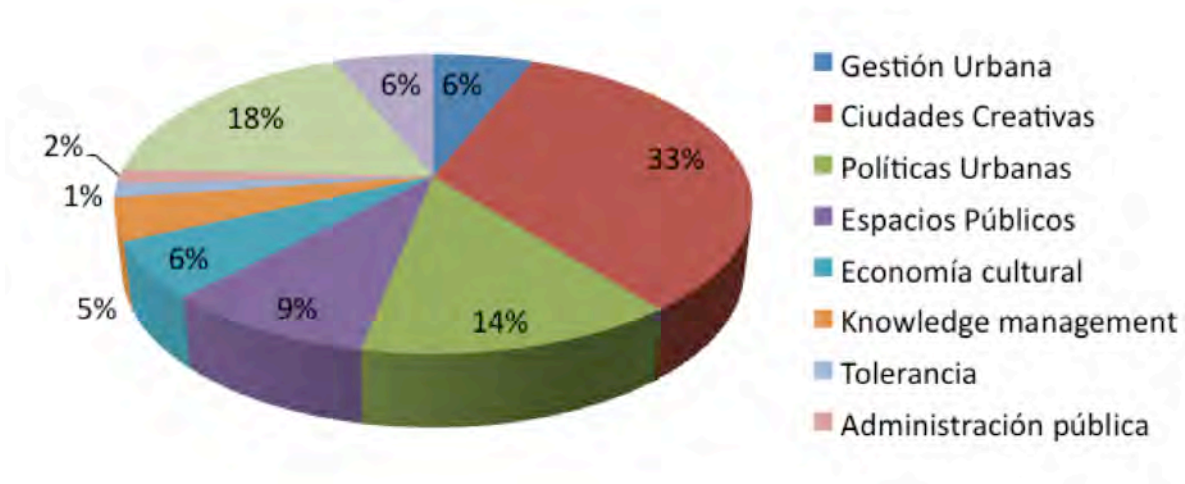
De los 100 artículos revisados, la mayor parte estaba orientado a las Ciudades Creativas con 77 menciones, regeneración urbana con 60 menciones y políticas urbanas con 36 menciones.

Figura 3.11 Revisión bibliométrica de 100 artículos académicos



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3.12 Distribución porcentual de los artículos revisados

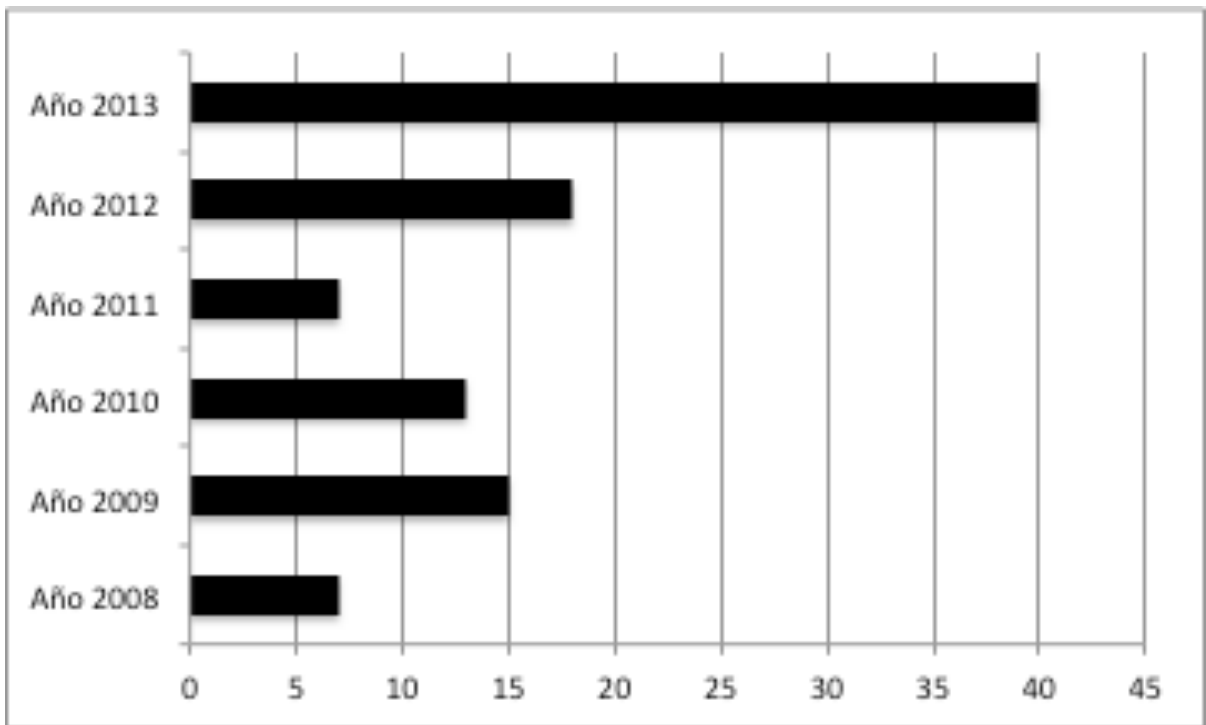


Fuente: Elaboración propia

Es decir, que la mayor parte de los artículos están relacionados al tema de ciudades creativas, solo el 6% están vinculados con el tema de gestión urbana; siendo este último un tema relevante para la configuración y reconfiguración de espacios públicos dinámicos.

La importancia de estos temas de investigación ha proliferado con mayor presencia en los últimos cinco años, de acuerdo a lo construido en la base de datos de los 100 artículos revisados y como se muestra en la Figura 3.13 y 3.14

Figurar 3.13 Distribución por año de publicación de los artículos publicados y revisados.



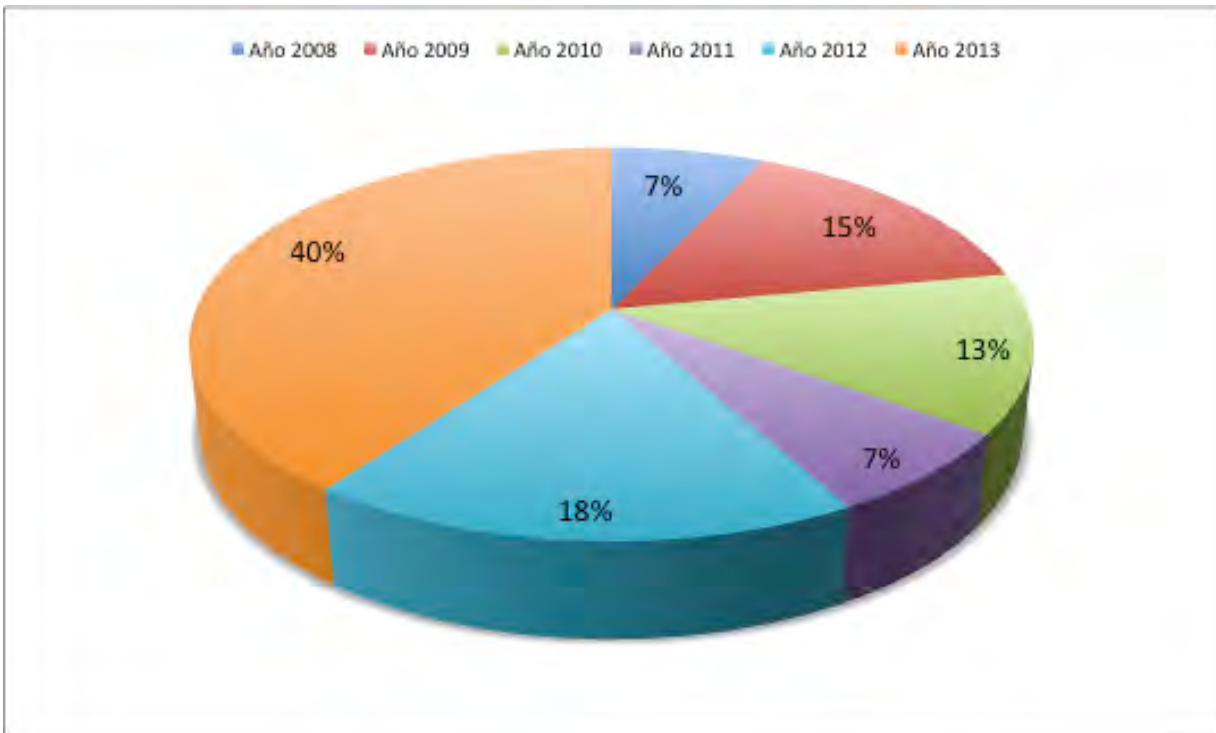
Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de los artículos que se encontraron en las bases de datos, son publicados en el año 2013, lo que parece indicar que es un tema emergente por el interés que despierta.

Resulta interesante que el 56% de los artículos revisados están publicados en el 2013, lo que sostiene nuestro interés de revisar investigaciones recientes, otra

observación es que dentro de los artículos revisados no se encontraron más que un par artículos que estudien a México o América Latina.

Figura 3.14 Distribución porcentual por año de publicación de los artículos revisados.



Fuente: Elaboración propia

A partir de esta etapa de investigación, la conclusión es que la cultura y la creatividad son la piedra angular de las estrategias de las ciudades para el desarrollo local. Después de diferentes enfoques, las ciudades están tratando de desarrollar el conocimiento y los distritos / barrios para fomentar el crecimiento económico en la nueva economía creativa.

3.5. Primera aproximación del modelo conceptual.

3.5.1 Antecedentes

De acuerdo a lo anterior, y partiendo del concepto de Ciudades Creativas; las ciudades y los espacios son importantes a partir de su configuración ya que nos permitirán generar nuevas ideas a través de nuevas formas de comprender y hacer las cosas. Teniendo ciudades con espacios públicos que promuevan el carácter creativo, incrementará la calidad de vida de los habitantes, debido a la incorporación de la infraestructura, que podrá provocar mayor emprendimiento social, económico y cultural.

El modelo de gestión urbana que se desarrolla en esta investigación, es una representación o propuesta generada a partir del desarrollo metodológico, con el objetivo de que sea útil en el análisis del carácter creativo de los espacios públicos. La propuesta se desarrolló a partir de una búsqueda en bases de datos y conforme a la propuesta de la organización *Projects for Public Spaces* (PPS)¹, que elaboró una metodología para medir la calidad de los espacios público, y se incorporaron los indicadores relacionados al carácter creativo que se revisaron previamente en los artículos antes señalados.

¹ Project for Public Spaces (PPS) es una organización sin fines de lucro de planificación, diseño y educación dedicada a ayudar a las personas a crear y mantener espacios públicos que formen comunidades más sólidas. <https://www.pps.org/> Fecha de consulta: marzo 2018.

Figura 3.15. Características que hacen a un espacio mejor

Fuente: <https://www.pps.org> (Fecha de consulta 9 de octubre de 2013)

A partir de la propuesta de PPS, se desarrolló una primera versión del modelo de acuerdo a la Figura 3.16; es importante señalar que esta primera aproximación fue cambiando y añadiendo variables de acuerdo a las recomendaciones en el trabajo de campo en Barcelona (marzo 2014), una encuesta en línea a más de 130 investigadores (junio 2014) y a la aplicación del modelo en la Colonia Roma en la Ciudad de México (enero 2014-marzo 2015).

3.5.2 Propuesta de Modelo Conceptual

En esta primera versión del modelo, se agrupan en tres segmentos las variables a evaluar, los elementos relacionados a la infraestructura y diseño del espacio, elementos relacionados al usuario, y finalmente elementos relacionados a la creatividad.

Figura 3.16 Modelo conceptual de gestión urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos. (Versión 1.0)



Fuente: Elaboración propia

La relación de comunicación y retroalimentación están representadas a través de flechas que pretenden comunicar si existe una conexión o una retroalimentación.

Elementos relacionados a la infraestructura y diseño del espacio.

• Acceso y conexión

Evaluar la conectividad con el entorno, características de los espacios, si cuentan con visibilidad a la distancia y de manera cercana; si transmiten seguridad, si a su alrededor una serie de comercios o espacios que la vuelven más iluminada y segura, en lugar de tener espacios en blanco o lotes baldíos.

Las variables a medir son las siguientes:

- Densidad de la población en el espacio público
- Tráfico vehicular
- Cambio modal
- Transporte público
- Actividad peatonal
- Estacionamiento público

Esta variable esta relacionada a la continuidad, proximidad, conectividad, accesibilidad, y si esta zona permite caminar libremente por esta.

• Confort e imagen

Dentro de esta variable se incorporan elementos sobre seguridad, limpieza, y disponibilidad de espacios para sentarse.

Las variables a medir son las siguientes:

- Condiciones de construcción
- Limpieza de la zona
- Datos ambientales.

Esta variable esta relacionada a la percepción de seguridad, limpieza, descanso, relación histórica de los usuarios con su entorno, atractivo, y permite el disfrute de las áreas verdes.

Elementos relacionados al usuario.

- **Usos y actividades**

Las actividades son los elementos básicos para la construcción de un espacio. Debe tener un objetivo por el cual se construyó, y a la par, los usuarios le brindarán ese uso, o si deciden cambiarlo; así como la evaluación del aprovechamiento del espacio por parte de los usuarios, siendo esta la razón de las personas para acceder al lugar, y para regresar.

Las variables a medir son las siguientes:

- Comercio local (Presencia de unidades económicas/industrias culturales y creativas)
- Valor de las propiedades
- Venta de comercio

Estas variables están relacionadas a la percepción del espacio entorno a la diversión, utilidad, vitalidad, especialidad y sustentabilidad.

- **Sociabilidad**

El espacio permite la interacción con extraños, genera un sentido más fuerte de lugar o el apego a su comunidad.

Las variables a medir son las siguientes:

- Número de niños, jóvenes, adultos y adultos mayores usan el espacio.
- Uso nocturno.
- Vida en la calle
- Voluntariado.
- Conectividad con redes sociales.

Estas variables están relacionadas con la diversidad, cooperación, orgullo, si es el espacio es considerado amigable.

Elementos relacionados a la creatividad

- **Apertura y diversidad**

La población que asiste es tolerante hacia minorías, interés hacia las artes y cultura de los diferentes grupos étnicos y hacia otros países.

Las variables a medir son las siguientes:

- Total de la población y representatividad de minorías (extranjeros, grupos étnicos)
- Población diversa en el espacio.
- Eventos culturales y artísticos que se desarrollan
- Participación de la población en los eventos

Las variables mencionadas están relacionadas a conocer la actitud de la población, y su interés hacia otras culturas.

Ambiente cultural

Si el espacio cuenta con inversión cultural, si existen teatros, museos, salas de concierto, cines, y si cuenta con la participación

Las variables a medir son las siguientes:

- Participación en actividades culturales
- Teatros cercanos (Unidades económicas)
- Número de museos y galerías (Unidades económicas)
- Número de salas de conciertos (Unidades económicas)
- Número de salas de cine (Unidades económicas)

Estas variables servirán para conocer la participación cultural y su oferta.

Ambiente institucional.

Relacionado con la planeación del espacio, a través de conocer la inversión en gasto público en cultura e infraestructura, estas variables servirán para analizar la existencia de incentivos regulatorios de manera gubernamental o privada.

- Programas para la rehabilitación de la zona
- Programas y gasto público en cultura (delegacional/municipal, local y federal)

A partir de la formulación de estas tres categorías y subcategorías fue necesario la validación de la pertinencia de generar un modelo de gestión urbana, así como las categorías que lo conformaban, para posteriormente generar su implementación, como se desarrolla en el siguiente capítulo.

IV. Marco Empírico



Plaza Río de Janeiro. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

4.1. Metodología para la elaboración de estudio de caso

El objetivo general de esta investigación es desarrollar **un modelo conceptual de gestión urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos**, que es una representación o propuesta generada a partir del desarrollo metodológico y acerca del proceso de la interacción creatividad y espacio público.

Objetivos específicos:

- Identificar los modelos de gestión urbana exitosos a nivel internacional que promuevan la creatividad a través del espacio público.
- Identificar las iniciativas gubernamentales (Federal, Estatal, Delegacional) para impulsar la generación y recuperación de espacios públicos que promuevan la creatividad de sus habitantes.
- Aplicar el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en la Colonia Roma en la Ciudad de México.

Para el desarrollo de está investigación se eligió la metodología de estudio de caso que es frecuentemente utilizada en las Ciencias Sociales, según Yin “es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. Una investigación de estudio de caso (...) se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben de converger en un estilo de triangulación; y también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de preposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos” (Yin, 2003:8)

Al igual que Yin (2003), Ellet (2007) menciona cinco pasos para la construcción del estudio de caso, como se desarrollan en la Figura 4.1

Figura 4.1 Componentes para el diseño de una investigación a través de un estudio de caso

Componentes de la investigación de estudio de caso de acuerdo a Yin (2003)	Componentes de la investigación de estudio de caso de acuerdo a Ellet (2007)
Pregunta de estudio	Conceptualización
Proposiciones	Desarrollo de preguntas
Unidad de análisis	Desarrollo de la hipótesis
Fusión de datos con las proposiciones	Prueba y acción
Criterio para interpretar los datos	Propuesta

Elaboración propia con base a Yin (2003) y Ellet (2007)

Giménez (2012) menciona que cada método tiene sus ventajas y sus desventajas, y lo que distingue al uno del otro no es la “jerarquía” en la escala de la cientificidad, sino el tipo de preguntas de investigación a las que responden y la naturaleza del objeto de estudio que pretende analizar.

A continuación se presentan los dos casos de estudio, el primero a partir de la validación del modelo conceptual, incluyendo un reporte de la una estancia corta de investigación que se desarrollo en el Citilab en Barcelona en el mes de marzo de 2014; el segundo caso es la aplicación del modelo en la Colonia Roma en la Ciudad de México en el año de 2015.

4.2. Estudio de Caso 1: Validación del primer modelo conceptual.

El presente caso tiene como objetivo hacer una primera valoración acerca de la utilidad de la propuesta al Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, como una herramienta de observación.

4.2.1 Diseño del estudio de caso

1. La pregunta para esta investigación es:

¿Qué elementos de la gestión urbana deben considerarse para analizar el carácter creativo del espacio público?

2. Hipótesis de estudio:

El modelo conceptual de gestión urbana permitirá realizar el análisis del carácter creativo de los espacios públicos.

3. Unidad de análisis:

Como unidad de análisis para los estudios de caso se eligieron los casos de éxito del Citilab, Fundación Design for All y Disseny Hub Barcelona; así como las categorías que se presentaron en el apartado 3.5.

4. Relación de los datos con las proposiciones:

Las opiniones emitidas por dos grupos de expertos, cuyas características se presentan en el numeral 6 de este apartado, que trabajan en temas vinculados a la gestión urbana son la base para valorar la utilidad del modelo propuesto como herramienta de análisis. Al primer grupo, se le aplicaron entrevistas para profundizar sobre su opinión del modelo conceptual de gestión urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos, con el objetivo de analizar las variables y hacer las modificaciones necesarias para la propuesta del modelo.

Al segundo grupo, de expertos se les aplicó una encuesta en línea.

5. Criterios para interpretar los datos

A través de la información que fue recabada en el primer caso, se realizaron los cambios en el modelo, generando el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos v.2.

6. Participantes

Entrevistas a profundidad

Teniendo como punto de partida la estancia de investigación en el *Citilab*, se visitó la *Fundación Design for All* y al *Disseny Hub*, organizaciones que han tenido una labor activa en la reconfiguración de los espacios públicos en Barcelona para preguntarles sobre la pertinencia del modelo de gestión urbana y presentarles la primera aproximación del modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad (ver Figura 3.16),y obtener su retroalimentación.

Encuesta a investigadores

A partir de la investigación realizada que se detalla en el apartado 3.4 y con las modificaciones que se hicieron con base a las entrevistas a profundidad, se generó una base de datos con 130 investigadores autores de los 100 artículos relacionados a los temas de esta investigación, y se les envió a través de correo electrónico una encuesta con tres ¹preguntas para la validación del modelo, como se visualizan en la siguiente figura, y se les solicitaba que por favor correlacionaran las variables del modelo.

¹ Pregunta uno. Basado en su experiencia, ¿Podría dar una definición del concepto de gestión urbana?. Pregunta 2. ¿ Considera necesario generar modelos de gestión urbana que promuevan la creatividad?. Pregunta tres. Por favor seleccione las variables que considera se correlaciona en el modelo propuesto que se presenta, puede seleccionar más de una opción por categoría.

Figura 4.1ª. Relación de preguntas a los investigadores para la validación del modelo.

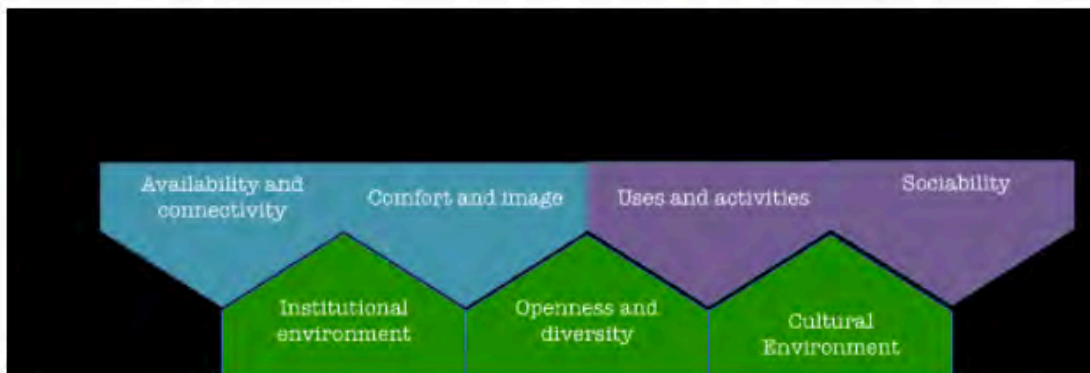
Based on your experience. How would you define Urban Management?

Do you consider necessary to generate urban management models that encourage creativity?

Please choose the variables that you consider are correlated.

You can select more than an option in each category.

Urban Management Model Proposal by Sue Andrade



Elaboración propia. <http://bit.ly/2zHV8Gp>. Fecha de consulta: 28 de noviembre 2017

4.2.2 Organización de la información

Se realizaron diez entrevistas a profundidad, que fueron grabadas completamente en audio, previa autorización de los participantes. La entrevista inició con la presentación de la primera versión del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, y se solicitó que emitieran su opinión al respecto, los resultados de las entrevistas y principales hallazgos se encuentran en el apartado 4.2.3.

En el caso de la encuesta a los investigadores, con la información recibida se formaron dos bases de datos; la primera base de datos tiene la información de los 130 investigadores y las observaciones del marco teórico; la segunda base de datos se formuló con la sistematización de la encuesta en línea y las respuestas de los investigadores, que sirvió para la validación del modelo, de las respuestas obtenidas, se seleccionaron algunos fragmentos que se utilizaron en el apartado 4.2.3.2

4.2.3. Análisis y resultados

En este apartado se describen las actividades que se realizaron para desarrollar el caso de estudio.

4.2.3.1 Entrevistas a profundidad

A partir de una primera parte de la investigación, se identificó al Citilab ubicado en Cornellà de Llobregat, Barcelona, España. Se eligió al Citilab como referencia, debido a que el modelo de gestión urbana que utilizó para la regeneración del espacio público, permitió a los habitantes de la localidad y a su gobierno generar estrategias para impulsar el desarrollo del lugar, así como coadyuvar en el desarrollo de sus habitantes a través del acceso a la tecnología y la incorporación de servicios, que producen crecimiento económico local.

Barcelona, capital de Cataluña, es una ciudad ubicada al noreste de España. Está distribuida territorialmente en diez distritos, que permiten una gestión más descentralizada y con participación ciudadana, con una población aproximada de 1'620,943 personas²

Los diez distritos de la Ciudad son Ciutat Vella, Eixample, Sants-Montjuïc, Les Corts, Sarrià-Sant Gervasi, Gràcia, Horta-Guinardó, Nou Barris, Sant Andreu y Sant Martí. Cada distrito está formado por diversos barrios que tienen una marcada personalidad y tradición histórica.

Figura No. 4.2 Distribución de distritos en Barcelona

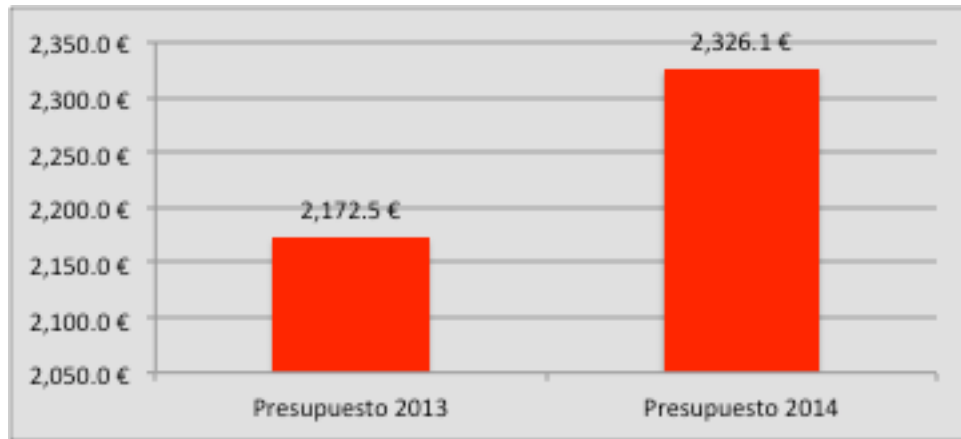


Fuente: Ayuntamiento de Barcelona (marzo 2014)

El presupuesto establecido para la Ciudad de Barcelona aprobado para el ejercicio 2014, asciende a 2,326.1 M€, lo que representa un aumento del 7.07% en comparación con el 2013.

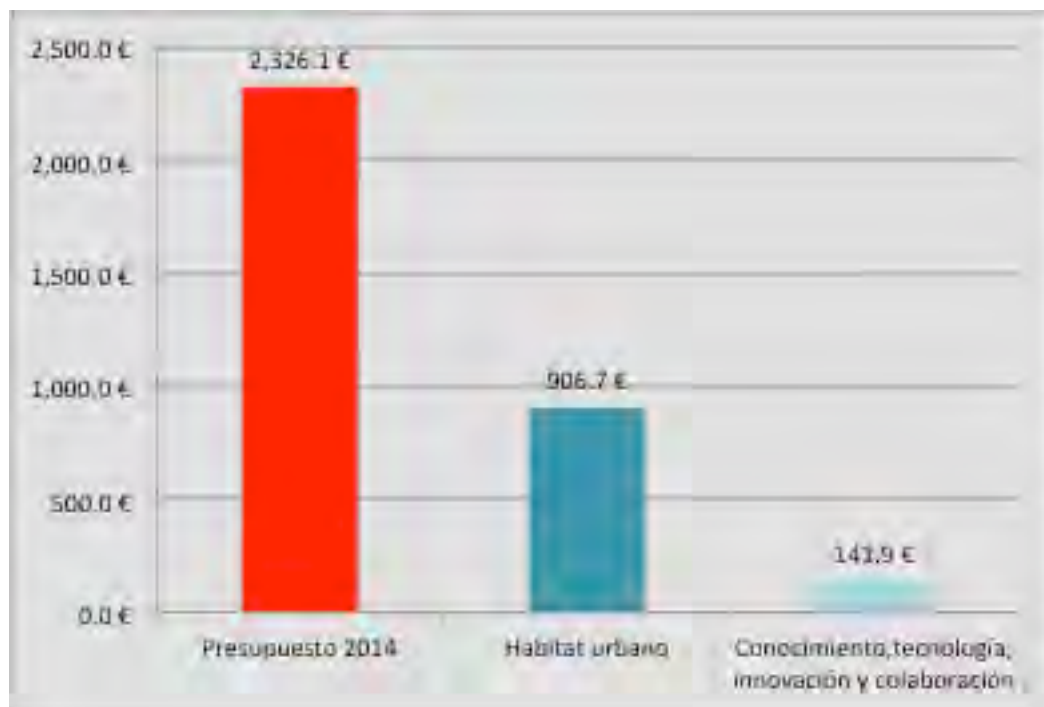
² Cifra de acuerdo al Ayuntamiento de Barcelona, hasta Enero 2012.

Figura 4.3 Presupuesto 2013 vs. 2014



Fuente: Elaboración propia con base a la información del Ayuntamiento (marzo 2014)

Figura 4.4 Presupuesto y asignación



Fuente: Elaboración propia con base a la información del Ayuntamiento (marzo 2014)

El 39% del presupuesto se asigna para *habitat urbano* a nivel de la ciudad, sin embargo, los ayuntamientos que componen Barcelona, dedican el 52.5% del presupuesto a este rubro, con el objetivo de crear “*Un nuevo modelo de ciudad que integre plenamente medio ambiente, urbanismo, infraestructuras y TIC*” (<http://w28.bcn.cat/pressupostos2014/es/-marzo> 2014)

Durante marzo de 2014, el gobierno local de Barcelona impulso la campaña que se denomina *Barcelona, Ciudad que Inspira*, cuyo slogan de la ciudad está encaminada a enaltecer el espíritu creativo de los ciudadanos y turistas de la ciudad.

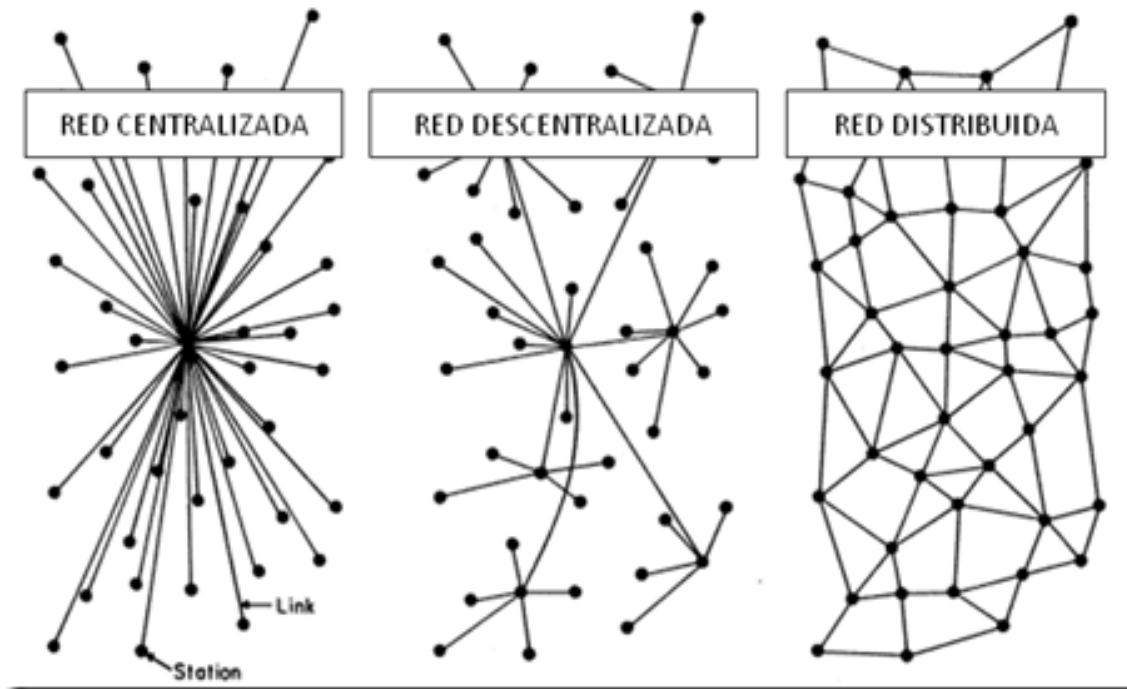


Fuente:

http://www.bcn.cat/inspira/es/welcome.html?utm_source=Districte+de+Gracia&utm_medium=Banner+254x158+es&utm_campaign=Barcelona+Inspira

La localización de las instituciones visitadas para el desarrollo de esta investigación, corresponde a una estrategia por parte el gobierno que pretende descentralizar las zonas donde se genera creatividad, tomando como referente el modelo de Paul Baran (1964), a través de una red distribuida.

Figura 4.5 Modelo de Red Distribuida



Fuente: <http://omar.bio.br/blog/rede1ano-caminhando-se-faz-o-caminho/marzo2014>

A partir de identificar el Citilab surgen dos iniciativas³ más que se enumeran a continuación que a partir de su exploración permitieron generar ajustes en la propuesta del modelo.

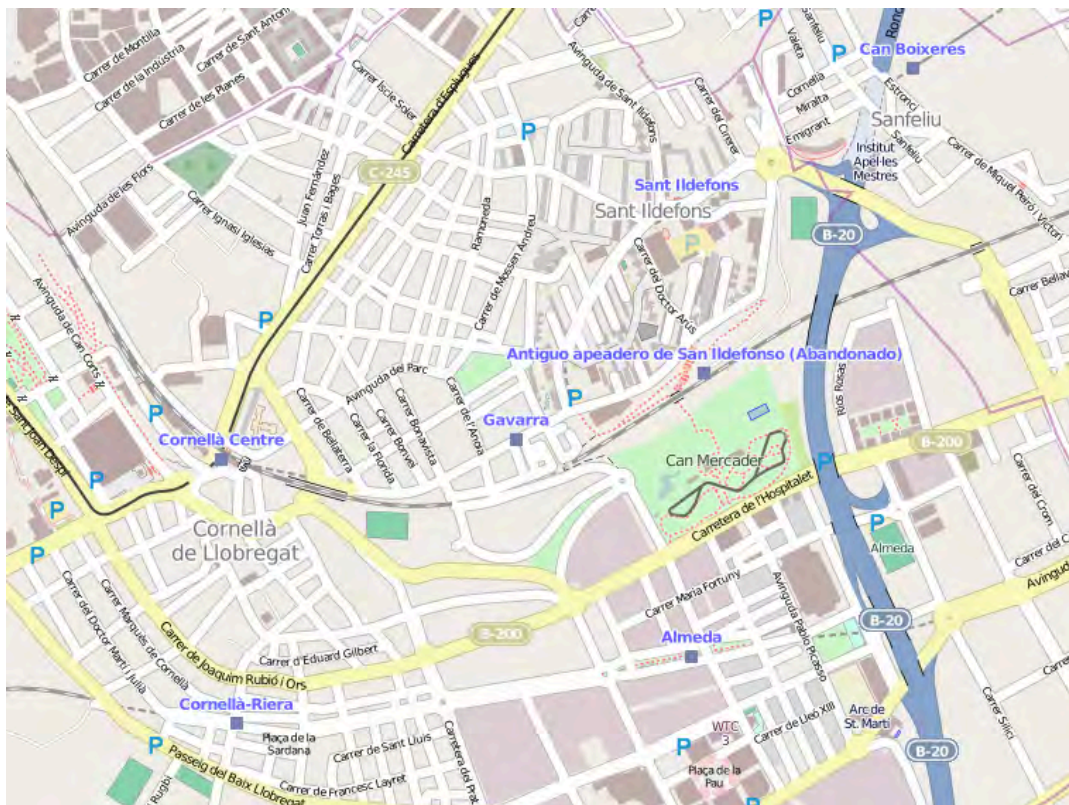
³ En total se analizaron tres iniciativas: Citilab, Design for All y Disseny Hub Barcelona

4.2.3.1.1. Cornellà de Llobregat – Citilab

“Más de cien años más tarde, la chimenea de Can Suris recuerda que hay una nueva revolución en marcha: la Sociedad del Conocimiento”⁴

El ayuntamiento de Cornellà de Llobregat, tiene una extensión de 6.90 km², y una población de 86,687 habitantes.

Figura 4.6 Cornellà de Llobregat



Fuente: <http://www.openstreetmap.org/#map=15/41.3584/2.0735-marzo> 2014

Cornellà de Llobregat se encuentra en la periferia de Barcelona, es una zona que se empezó a rehabilitar en el año 2003, su dinamización y conectividad con el resto de la ciudad se dió a partir del proyecto del Citilab (inaugurado en el 2007), así como la conectividad de Cornellà de Llobregat con el resto de la Ciudad, al inaugurarse la línea 1 y 2 del Trambaix (Tranvía) en el 2004, e incorporar transporte terrestre.

⁴ <http://bit.ly/2mhhNqX/> Fecha de consulta: 31 de octubre de 2017.

Citilab es una iniciativa que surge para incentivar la capacidad innovadora de los ciudadanos, para utilizar la tecnología y se apropien de ella para mejorar aspectos concretos de su vida cotidiana, así como transformar su ciudad y su entorno; así mismo, es un centro de divulgación y aprendizaje que trata de mostrar a la ciudadanía las posibilidades de las nuevas tecnologías mediante experiencias que estimulen su creatividad y su motivación para realzar propuestas innovadoras. Uno de los principales referentes del Citilab son los *living labs*, diseñados para crear y validar tecnologías, productos, servicios y modelos de negocio reales en constante evolución.

Figura 4.7 Evolución del espacio



Fábrica de hilados Fontanals i Suris (1913) como continuadora de la empresa Sala i Cia (1987)
Fuente: Citilab

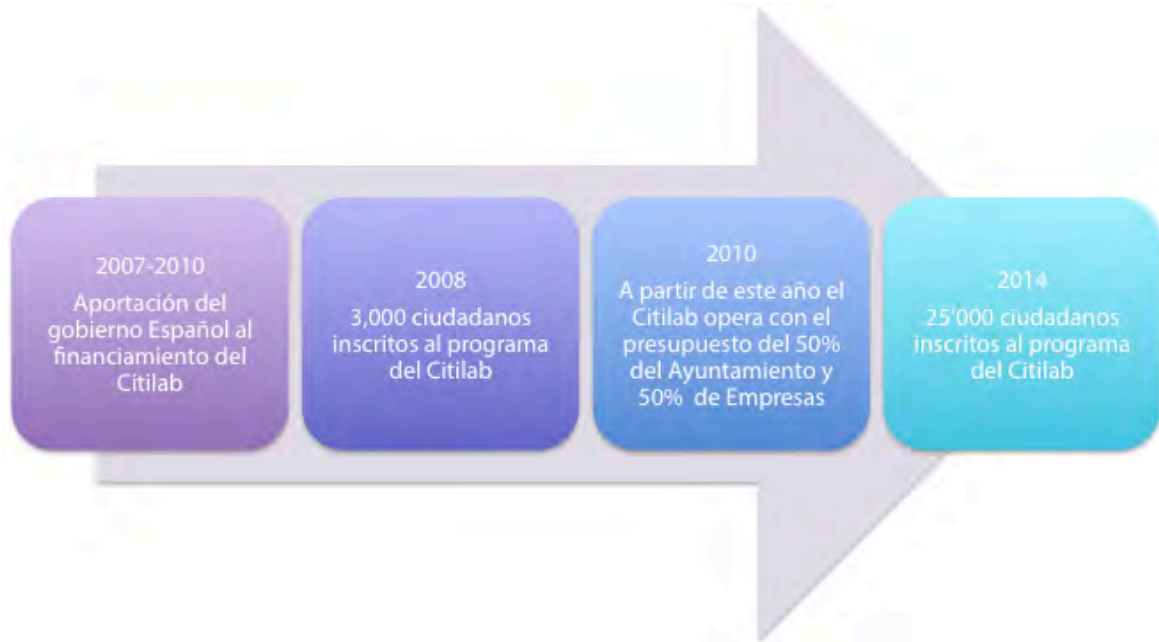
Citilab, marzo 2014
Fuente: Sue Andrade

El Citilab trabaja a través del Patronato de la Fundación Privada para el Fomento de la Sociedad del Conocimiento, con apoyo del Ayuntamiento de Cornellà de Llobregat, Generalitat de Catalunya⁵, Universidad Politécnica de Cataluña, Diputació de

⁵ Sistema institucional en que se organiza políticamente el autogobierno de Catalunya, y está integrada por el Parlament, la Presidencia de la Generalitat, el Gobierno y las instituciones, el Consejo de garantías estatutarias, el Síndic de Greuges, la Sindicatura de Cuentas y el Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Barcelona, Fundació Catalana per a la Recerca, World Trade Center Almeda Park, y Siemens. El Citilab cuenta con un presupuesto de 1'200,000€ (Un millón doscientos mil euros), el 50% es obtenido del ayuntamiento, y 50% de los proyectos financiados por empresas.

Figura 4.8 Línea del tiempo sobre los presupuestos e incrementos de usuarios.



Fuente: Elaboración propia con información del Citilab.

El presupuesto del 2007 al 2014 es el mismo, sin embargo el número de ciudadanos incorporados se incrementó en un poco más del 800%. Para poder incorporarse al Citilab es necesario pagar una cuota simbólica de 3€ al año.

Al situarse el Citilab en una zona que se encontraba en la periferia, desde la rehabilitación del espacio, se inicio el mejoramiento de la zona, habitada en su mayoría por personas que se encuentra en paro (desempleadas) por la crisis económica que pasa España, así mismo, cuenta con vivienda protegida por el gobierno, que se encontraba en deterioro, sin embargo, el ayuntamiento ha revitalizado los multifamiliares.

Figura 4.9 Rehabilitación de vivienda protegida



Fuente: Elaboración propia (marzo 2014)

La rehabilitación de la zona teniendo como nodo al Citilab, ha permitido que *“(el modelo del Citilab) permite la renovación y ‘dignificación’ urbanística de la zona, en este caso de la periferia(...)creando espacios donde la creatividad e innovación se dan de manera universal”* (Entrevista habitante de Cornellà)

La población que habita cercana al Citilab, acude recurrentemente al espacio, algunos de los usuarios son parados (desempleados), por lo que este centro de innovación social les permite añadirse al programa de *LaborLab*, con el objetivo de *“no busques trabajo, invéntate la forma”*(Entrevista personal del Citilab), que fomenta la innovación social generando redes de colaboración; por lo que se desarrollan diversos proyectos empresariales de base tecnológica con líneas de desarrollo relacionadas con la infraestructura, servicios y aplicaciones para la colaboración.

Es a partir de lo anterior que *“la colaboración es la base de la innovación social y ese es precisamente el espíritu de todos los que forman parte del Citilab y difunden el conocimiento en redes abiertas”* (Citilab, 2008:13).

Figura 4.10 Modelo de Investigación+Innovación social del Citilab



Fuente: Citilab (2008:32)

Una de las áreas de investigación del Citilab es el *Urban Labs*, esta iniciativa surge de la necesidad de generar un modelo de planificación urbanística basado en la calidad del espacio como trampolín de desarrollo, incorporando posibilidades de desarrollo local desde la preponderancia de lo relacional y de las metáforas de la tecnología. Uno de los objetivos de esta arista de investigación, es articular un nuevo discurso que relacione el urbanismo, la promoción económica, la cohesión social y la participación desde las nuevas perspectivas que aportan las tecnologías de la información, de esta forma *“La creación de conocimiento genera un desarrollo económico de mayor recorrido que el derivado de la ordenación de espacio urbano”* (Citilab, 2008:35). El modelo del Citilab permite también ser una incubadora de emprendedores, ofreciendo asesoramiento a los emprendedores y empresas que están interesados en iniciar un proyecto en el centro y requieren asesoría dentro del

proceso de innovación social, en marzo de 2014, contaba con 3 empresas con sede en este espacio.

El modelo ha sido tan importante en cuanto a la innovación social, que en el 2008, formó parte de la Red Europea de Living Labs (EnoLL)

4.2.3.1.2. Fundación Design for All

“El buen diseño capacita, el mal diseño discapacita⁶”

La Fundación Design For All,⁷ surge de la necesidad de diversas aristas, la primera fue

“después del Franquismo, nos encontramos con que había personas que tenían alguna discapacidad después de la guerra, los vencidos no podían utilizar los ascensores, por lo que nos dimos cuenta de que nunca alcanzaríamos el estado de bienestar de países como Suiza o Dinamarca, por lo que nos dimos a la tarea de cambiar la forma de pensar y el movimiento en la Ciudad” (Entrevista autoridad Fundación Design For All, marzo 2014)

El presidente de la Fundación se encargó del proyecto adecuación y remodelación de la Ciudad de Barcelona para la realización de los Juegos Olímpicos de 1992; a partir de la reconfiguración de los espacios públicos; por lo que los resultados y reflexiones posteriores a esta entrevista permitió hacer ajustes al modelo de gestión

⁶ Declaración de Estocolmo del European Institute for Design and Disability (EIDD)

⁷ El Design for All es el diseño que tiene en cuenta la diversidad humana, la inclusión social y la igualdad. Este acercamiento holístico e innovador constituye un reto creativo y ético para todos los responsables de la planificación, el diseño, la gestión y la administración, así como para los políticos. El Design for All tiene como objetivo hacer posible que todas las personas dispongan de igualdad de oportunidades y de participar en cada aspecto de la sociedad. Para conseguir esto, el entorno construido, los objetos cotidianos, los servicios, la cultura y la información, en resumen, todo lo que está diseñado o hecho por personas para las personas ha de ser accesible, y útil para todos los miembros de la sociedad y consecuente con la continua evolución de la diversidad humana.

Fuente: Declaración de Estocolmo del EIDD©, 9 de Mayo del 2004, en la Junta Anual del European Institute for Design and Disability, en Estocolmo.

urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad.

La Fundación es una organización internacional, cuyo objetivo es la realización de consultoría para empresas, gobierno y empresas no gubernamentales para brindar asesoría sobre los espacios.

Dentro de los objetivos de la *Fundación Design For All* se encuentra en:

1. Desarrollar, promover, investigar y difundir el *Design for All* en empresas y entidades tanto públicas como privadas, administraciones, agentes educativos, los diseñadores y profesionales en general que intervienen modificando el entorno, los productos y servicios, así como entre los consumidores y usuarios.
2. Prestar servicios de asesoramiento a empresas, entidades y administraciones tanto a nivel nacional como europeo e internacional con el fin de que integren los valores éticos que promueve el *Design for All* en sus procesos de calidad.
3. Organizar Cursos, Jornadas y Congresos referentes al *Design for All*.
4. Diseñar la metodología y el desarrollo de las herramientas adecuadas para que las empresas, entidades y administraciones puedan implantar el *Design for All* en todos los niveles de sus organizaciones.

Los proyectos que impulsa la Fundación, pretenden sensibilizar a los administradores públicos, concientizando a partir de que todos somos *discapacitados potenciales*, es decir, no solo las personas que tengan una discapacidad física, sino que la población está envejeciendo, mujeres embarazadas o niños que inician su actividad motriz para convivir en la vida cotidiana, por lo que los gobiernos deben generar las facilidades en la infraestructura, con el objetivo de que los individuos puedan desenvolverse con autonomía, es decir, que el transporte, los comercios, los centros oficiales, los medios de comunicación, los productos de consumo y las viviendas permitan su uso e interacción.

Por lo que la estrategia es la de planificar su entorno y servicios de acuerdo a las características, necesidades y expectativas presentes y futuras de los ciudadanos a partir de su participación.

La Fundación, realiza recomendaciones a los municipios para generar herramientas para promover el *Design For All*, como se enumeran a continuación.

- Normativas municipales que, especialmente por lo que respecta a los edificios privados, pueden hacer posible que se garantice el acceso de todos los ciudadanos a todos los espacios.
- La formación y defensa de los ciudadanos en sus derechos y deberes como consumidores de recursos privados y públicos así como canalizar y orientar las actuaciones individuales y colectivas de reivindicación de sus derechos.

Figura 4.11 Cronograma de sensibilización del concepto Design For All

abr-95	ene-96	mar-96	nov-96
Presentación del concepto Design For All Asamblea General del European Institute for Design and Disab(EIDD)	Coordinadora del Diseño para todas las personas Declaración de distintas organizaciones promotoras a favor del diseño Universal	Curso Disseny per a Tothom Se desarrolló durante los meses de febrero y marzo	International Meeting on Design For All. Next Step: Action Coordination. Fueron unas jornadas impulsadas por: Mobility International y el Instituto Europeo EIDD. Se redactó el documento Acuerdos de Barcelona.
ene-98	jul-98	may-99	abr-00
Design For All: Towards The Mainstream. Firma de un compromiso por parte de 62 organizaciones públicas y privadas de Europa para la creación del Design for All Information Exchange Europe (DAIEE) con el fin de concienciar a la sociedad en general en el Design for All es un ambito imprescindible para nuestro desarrollo	El Expo Forum "La Ciutat per a Tothom" L'Hospitalet'98 fue un lugar de encuentro donde se debatieron y contrastaron experiencias y opiniones para poner al alcance de todos los ciudadanos y técnicos municipales los recursos para mejorar nuestra calidad de vida en las ciudades	Design For All: Commitment Label. Organizada por el CRID y el Instituto Europeo EIDD. Consientes de la fuerte incidencia del Design for All en la evaluación del espacio común europeo.	Ambient Intelligence For a Socially Inclusive Information Society With Employment For All. Durante estas jornadas se acordó adaptar las técnicas de la Sociedad de la Información a todas las personas
nov-00	nov-00	may-01	dic-01
1st. 2.000 Nice An Inclusive Information Society, se presentó Design For All: A tool to improve information Technologies, mostrando las ventajas de implementación del Design for All en las empresas.	En Finlandia, con el apoyo del Ministerio de Comercio y Stakes (Centro Nacional de Investigación sobre el Bienestar Social), desarrollando la metodología de implementación del Commitment to Design for All entre 20 empresas que formaron el grupo piloto de este país.	Coordinadora del Diseño para todas las personas en España, con el fin de promover el interés por el Design for All como respuesta a las necesidades de todas las personas tanto a nivel nacional como europeo	European Observatory Cities For All. Cuyo objetivo es dotar a las ciudades, ciudadanos, profesionales y políticos de un foro en el que poner en común las buenas prácticas y el conocimiento con el fin de elaborar las líneas estratégicas para que las ciudades se adapten a la diversidad humana.
	dic-01		
	Se entregan los premios " Breaking Barriers Awards " promovidos por la Comisión Europea en colaboración con la EDF, para reconocer a las organizaciones que han desarrollando los criterios del Design for All en sus productos, servicios, sistemas y entornos		

Fuente: Elaboración propia con base a la información de la Fundación Design For All

El papel que ha desempeñado la *Fundación Design For All* ha sido fundamental en la regeneración de los espacios públicos, no solo en Barcelona, sino en la Unión Europea. Así mismo, han desarrollado un software que permite la consultoría a los gobiernos, para poder evaluar la conectividad y movilidad de la ciudad, y de esta manera a partir de criterios pre-establecidos, se generen recomendaciones y las adaptaciones necesarias.

4.2.3.1.3. Disseny Hub Barcelona

“El espacio referente de diseño”

El Disseny Hub de Barcelona es el parque industrial que será la sede del Foment de les Arts i el Disseny (FAD), el Barcelona Centro de Diseño (BCD) y el Museo del Diseño (que tuvo su apertura a finales del 2014). La zona que rodea al Disseny Hub, en marzo de 2014 se encontraba en reconfiguración, impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona y las principales entidades de diseño, dedicadas a proyectar local e internacionalmente la imagen de Barcelona como referente del diseño; privilegiando el espacio público, alrededor de 27,000 m²

Figura 4.12 Edificio de agua de Barcelona, parte del Distrito @22



Fuente: Elaboración propia (marzo 2014)

Para el diseño y reconfiguración del espacio, se promovió de un nuevo equipamiento, un nuevo eje vial y conector de barrios, privilegiando la recuperación del espacio urbano alrededor con las zonas ajardinadas. Cabe destacar que la base de la reconfiguración es el Ayuntamiento de la Ciudad, se generó con cédulas de trabajo para su desarrollo, a través de la participación Ciudadana.

Otros aspecto que ha sido fundamental en el diseño del espacio, es la conectividad con la zona y la incorporación de espacios comerciales para dinamizar y generar flujo en el espacio.

Figura 4.13 Vista del Disseny Hub

Fuente: Elaboración propia (marzo 2014)

La ubicación del espacio, se pretende que sea un lugar de afluencia en el conocimiento y la cultura, abierta al público, pretende ser un generador de inspiración y formación al apoyo profesional del diseño, fomentando el apoyo a las empresas, atracción de empresas internacionales y atracción de talento.

A partir de los hallazgos y aportaciones producto de la estancia de investigación en Barcelona, se realizó un refinamiento al Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, como se muestra en la Figura 4.14

Figura 4.14 Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos (Versión 2.0)



Fuente: Elaboración propia

Un aspecto del refinamiento del modelo, fue el reacomodo de las variables, a partir de una de las recomendaciones durante la estancia en Barcelona, de tal forma que los aspectos relacionados con la creatividad (ambiente institucional, apertura y diversidad, ambiente institucional) fueran la base que le da el sustento al modelo; otro aspecto que se cambio fue dar un mayor peso a la categoría Acceso y Conexión, de tal forma que un apartado para evaluar la movilidad, así como las características de los accesos a los espacios (si contaba con características de diseño universal o incluyente, como rampas, ancho de las calles, señalización).

La forma de representación del modelo también se hizo un ajuste, de tal forma que permita visualizar que las siete categorías se encuentran entrelazadas, siendo los aspectos relacionados a la creatividad los que son la base del modelo.

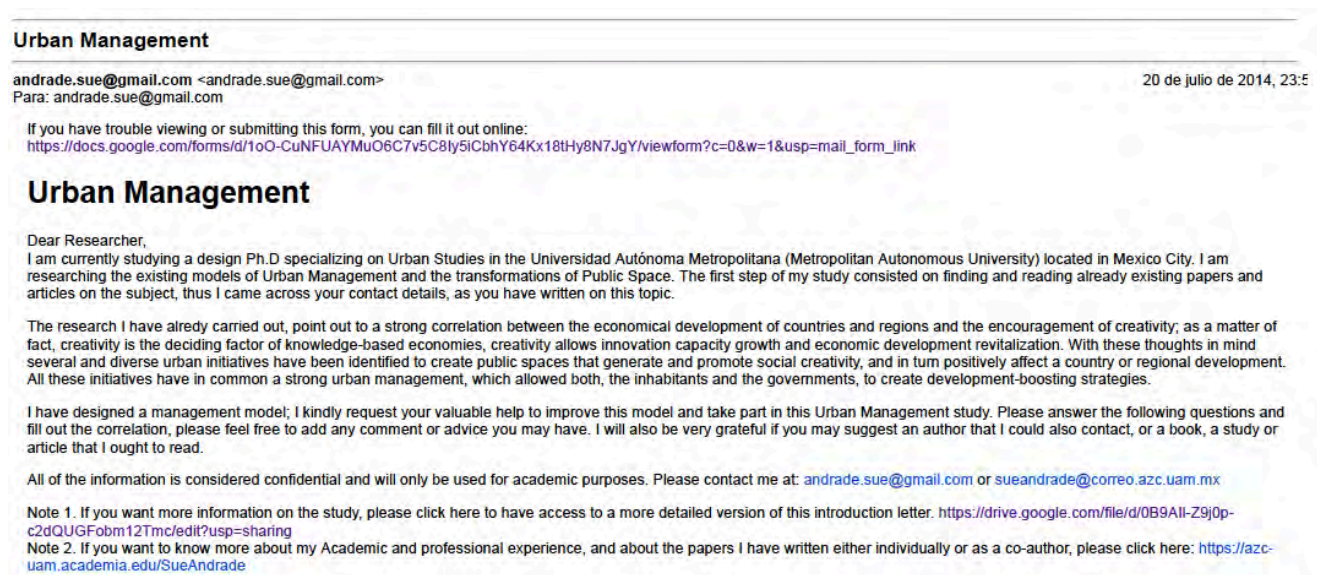
En el apartado 4.3 se describe de manera detallada el refinamiento al modelo conceptual de gestión urbana para el análisis del carácter creativo de los espacios públicos.

4.2.3.2 Encuesta

The planification and correct administration of the resources destined to improve life in the cities. Combination of both public and private resources to develop sustainable frameworks for equitable growth in modern cities⁸

Una vez realizado el refinamiento del modelo (Figura 4.14), se consultó a los investigadores de la base de datos relacionados a los temas ciudades creativas y gestión urbana, como se mencionó en el apartado 3.4. La consulta consistió en el envío a través de correo electrónico de la liga (url) de una encuesta electrónica con el modelo propuesto, con el objetivo de que los investigadores relacionarán las categorías, y validarán el modelo. La encuesta fue realizada en el mes de julio de 2014. La encuesta electrónica que se puede visualizar en la página <https://goo.gl/4dirdi>; las respuestas a la encuesta son de carácter anónimo.

Figura 4.15 Caratula de correo electrónico sobre el modelo y la encuesta de validación del modelo de gestión urbana



Fuente: Elaboración propia.

⁸ Respuesta de la encuesta de validación del modelo aplicada en el mes de julio de 2014

El objetivo de la encuesta se dividía en tres momentos, uno consistía en explicar de que se trataba la investigación, en la segunda parte se realizaban las siguientes preguntas:

1. Desde su experiencia, ¿Cuál es su definición de gestión urbana?
2. ¿Considera que es necesario desarrollar modelos de gestión urbana que sean útiles para fomentar la creatividad?

En el tercer momento se solicitaba que relacionaran las columnas con las categorías del modelo, y se daba espacio para que si deseaban añadir una variable adicional lo hicieran. La encuesta completa puede ser consultada en el apartado de anexos.

Las respuestas a estas preguntas permitió en un primer momento la validación de la investigación y del modelo, así como entender la correlación entre las siete categorías.

Figura 4.16 Acceso y conexión correlación con el resto de las categorías

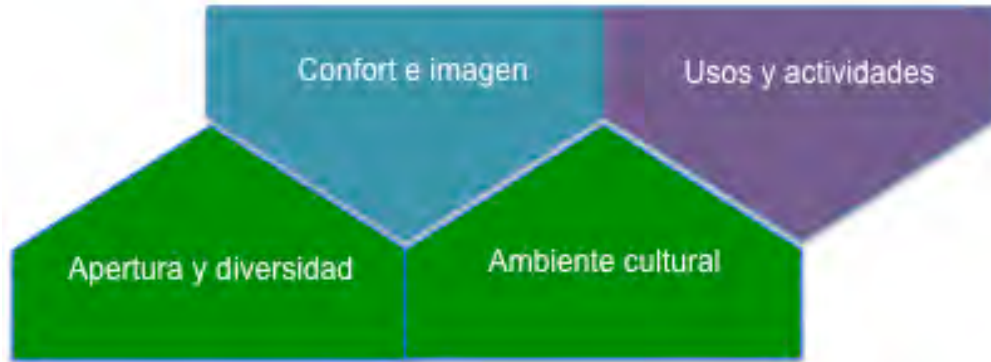


Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

La categoría de **acceso y conexión** (Figura 4.16), el 100% de los encuestados mencionó que se relaciona con el uso de y las actividades del espacio, la sociabilidad, apertura y diversidad, y ambiente cultural; es decir, que la importancia para que los usuarios tengan acceso y conexión al espacio, está relacionado

proporcionalmente con la generación de un ambiente cultural, la apertura y las actividades que se desarrollarán

Figura 4.17 Confort e imagen correlación con el resto de las categorías



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

La categoría de **confort e imagen** (Figura 4.17) se relaciona con los usos y actividades que se desarrollen en el espacio, aspectos de apertura y diversidad, y el ambiente cultural; en esta categoría los investigadores señalaron la importancia de los aspectos con carácter creativo.

La categoría de **usos y actividades** (Figura 4.18) está relacionada con el acceso y conexión, confort e imagen, sociabilidad, apertura y diversidad y ambiente institucional.

Figura 4.18 Usos y actividades correlación con el resto de las categorías



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

La categoría de **sociabilidad** (Figura 4.19) se encuentra relacionada a la apertura y diversidad y al ambiente institucional, es decir, que para tener una cohesión social del espacio, es necesario que los usuarios sean tolerantes a las expresiones que surjan en ese lugar, así como el ambiente institucional debe de promover la generación de este espacio, a través de la ciudadanía.

Figura 4.19 Sociabilidad correlación con el resto de las categorías



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

La categoría de **apertura y diversidad** (Figura 4.20), está relacionada a los aspectos de acceso y conexión y ambiente institucional; es decir, que se permita la entrada a todos los usuario y el ambiente se desarrolle de manera inclusiva.

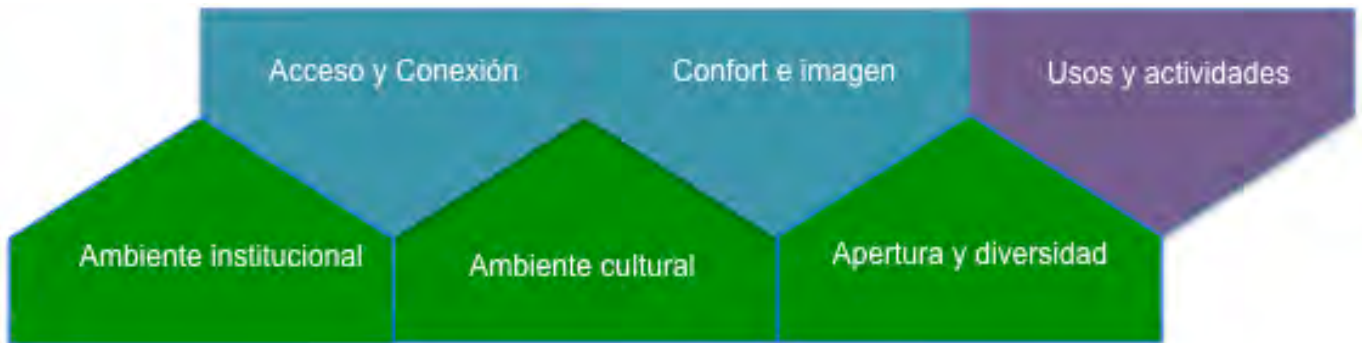
Figura 4.20 Apertura y Diversidad correlación con el resto de las categorías



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

En el caso del **ambiente cultural** (Figura 4.21), los encuestados mencionaron que está relacionado con el acceso y conexión, confort e imagen, usos y actividades, ambiente institucional y apertura y diversidad.

Figura 4.21 Ambiente Cultural correlación con el resto de las categorías



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

Finalmente, en cuanto al **ambiente institucional** (Figura 4.22), los encuestados señalaron que tiene relación con el uso y las actividades del espacio, y la sociabilidad; de tal forma que esta determina la forma en que se utilizará el espacio.

Figura 4.22 Ambiente Institucional correlación con el resto de las categorías



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada a investigadores en el mes de julio de 2014.

La aplicación de la encuesta de validación al modelo de gestión urbana, es pertinente para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan el carácter creativo de los espacios. La estancia de investigación y las entrevistas a profundidad permitió presentar y analizar el modelo de gestión urbana para la validación y mejora del modelo a través de las entrevistas con expertos, así como la pertinencia del desarrollo de esta investigación.

A partir del caso de estudio, una variable que resulta fundamental es la movilidad y conectividad de la ciudad, este factor se contempla en el modelo, sin embargo, se deberá hacer mayor énfasis en esta categoría, partiendo de ciertos criterios basados en el *Design For All* para poder evaluar los espacios.

Otro aspecto que se encuentra dentro del modelo es la tecnología, durante la estancia de investigación, existen diversas aplicaciones para teléfonos móviles que permiten tener información en tiempo real sobre diversos aspectos importantes en la Ciudad, así como participar de manera activa en las decisiones, por lo que es importante buscar alternativas de interfaces de comunicación entre la ciudadanía

Es fundamental la participación ciudadana que permita a través de la gestión urbana la reconfiguración de espacios públicos no solo en la parte financiera, sino en la participación de la ciudadanía en generar redes que permitan dinamizar la zona

4.3 .Segunda propuesta conceptual.

A partir de los hallazgos del capítulo anterior, se añadieron nuevas subcategorías a la primera versión del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, con el objetivo de contar con mayor información, no solo información cualitativa sino también cuantitativa. Las variables que se incorporaron después del primer caso de estudio se marcan en las tablas en color gris.

Es importante enfatizar que el modelo está construido por variables cuantitativas y por variables cualitativas, estas últimas arrojan hallazgos que pueden interpretarse como percepciones ciudadanas, y reflejan un momento determinado de su valoración. Una de las funciones de estos resultados obtenidos es identificar y reflexionar sobre algunas áreas de oportunidad presentes en el espacio público.

Figura 4.14 Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos (Versión 2.0)



Fuente: Elaboración propia

La categoría de **acceso y conexión**, se refiere a la continuidad, proximidad con el espacio público, conectividad, accesibilidad, y si esta zona permite caminar

libremente. Las subcategorías que se añadieron son población total por AGEB¹, área del espacio público (m²), total de viviendas, viviendas habitadas, deshabitadas y uso de suelo.

Las variables a evaluar en la categoría de acceso y conexión son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Densidad de población en el espacio público	Población Total por Ageb
Tráfico Vehicular	Área del espacio público (m ²)
Cambio Modal	Número total de viviendas.
Transporte público	Número de viviendas habitadas
Actividad peatonal	Número de viviendas deshabitadas
Estacionamiento público	Uso de suelo

En cuanto a la categoría de **confort e imagen**, está relacionada a la percepción de seguridad, limpieza, descanso, relación histórica de los usuarios con su entorno, atractivo, y permite el disfrute de las áreas verdes. Las subcategorías que se añadieron fueron relacionadas a la seguridad, ya que el índice de criminalidad no es dato preciso, ya que depende del número de denuncias que se registren ante la autoridad, y con el objetivo de que este modelo pueda ser aplicado en cualquier espacio público por la ciudadanía, se ocuparon algunos elementos de la Guía para el diseño de espacios públicos seguros editada por la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, 2014)

¹ Área geo estadística Básica (AGEB) Un AGEB urbana, es un área geográfica ocupada por un conjunto de manzanas perfectamente delimitadas por calles, avenidas, andadores o cualquier otro rasgo de fácil identificación en el terreno y cuyo uso del suelo es principalmente habitacional, industrial, de servicios, comercial, etcétera, y sólo son asignadas al interior de las localidades urbanas. Fuente: <http://bit.ly/2B0QNhR>. Fecha de consulta. 8 de agosto 2017.

Las variables a evaluar en la categoría de confort e imagen son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Condiciones de construcción	Identificación del espacio
Limpieza de la zona	Seguridad (señales de emergencia, botones de pánico y condiciones de visibilidad)
Condiciones ambientales	

En cuanto a la categoría de **usos y actividades**, si se toma en cuenta los elementos básicos para la construcción de un espacio; así como la evaluación del aprovechamiento del espacio por parte de los usuarios, siendo la razón de las personas para acceder al lugar, y para regresar.

Las variables a evaluar en la categoría de usos y actividades son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Comercio local (Presencia de unidades económicas/industrias culturales y creativas)	Valor de las propiedades en usd
Relación histórica de los usuarios y los espacios públicos	
Valor de las propiedades en mxn	

En cuanto a la categoría de **sociabilidad**, se refiere a que el espacio permite la interacción con extraños, genera un sentido más fuerte de lugar o el apego a su comunidad. En este apartado se añadieron características de la población.

Las variables a evaluar en la categoría de sociabilidad son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Número de niños, jóvenes y adultos mayores usan el espacio.	Población entre 5 y 130 años que habla una lengua indígena
Uso nocturno	Personas que presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en a vida cotidiana
Vida en la calle	
Voluntariado	
Conectividad con redes sociales	Grado promedio de escolaridad

La categoría de **apertura y diversidad**, se refiere al interés de la población que es tolerante hacia minorías, interés hacia las artes y cultura de los diferentes grupos étnicos y hacia otros países; en este apartado se incorporó el uso de tecnología a través de las redes sociales para generar canales de comunicación.

Las variables a evaluar en la categoría de apertura y diversidad son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Total de la población y representatividad de minorías (extranjeros, grupos étnicos)	Tecnología como canal de comunicación entre los usuarios
Población diversa en el espacio.	Número de viviendas que cuentan con teléfono móvil, acceso a internet y equipo de computo
Eventos culturales y artísticos que se desarrollan	
Participación de la población en los eventos	

En cuanto al **ambiente cultural**, se refiere a si el espacio cuenta con inversión cultural, si existen teatros, museos, salas de concierto, cines, y si cuenta con la participación. En estas subcategorías no hubo modificación.

Las variables a evaluar en la categoría de ambiente cultural son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Participación en actividades culturales	
Teatros cercanos (Unidades económicas)	
Museos y galerías (Unidades económicas)	
Salas de conciertos (Unidades económicas)	
Salas de cine (Unidades económicas)	

Finalmente, en **ambiente institucional**, son elementos relacionados con la planeación del espacio, a través de conocer la inversión en gasto público en cultura e infraestructura. Estas variables servirán para analizar la existencia de incentivos regulatorios de manera gubernamental o privada. En este apartado solo se añadió la variable de inversión privada.

Las variables a evaluar en ambiente institucional son las siguientes:

Variables a evaluar antes del primer caso de estudio	Variables incorporadas después del primer caso de estudio
Programas para la rehabilitación en el espacio público	Inversión Privada
Programas y gasto público en cultura (delegacional/municipal, local y federal)	

A partir del refinamiento del modelo, se realizó su aplicación en 19 espacios públicos de la Colonia Roma en la Ciudad de México, como se desarrollará en el apartado 4.4.

4.4. Estudio de Caso 2. Aplicación de la segunda propuesta conceptual: Evaluación de los espacios públicos en la Colonia Roma en la Ciudad de México

El objetivo de este apartado es describir los principales hallazgos obtenidos en el segundo caso de estudio a través de la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en los 19 espacios públicos con los que cuenta la Colonia Roma en la Ciudad de México.

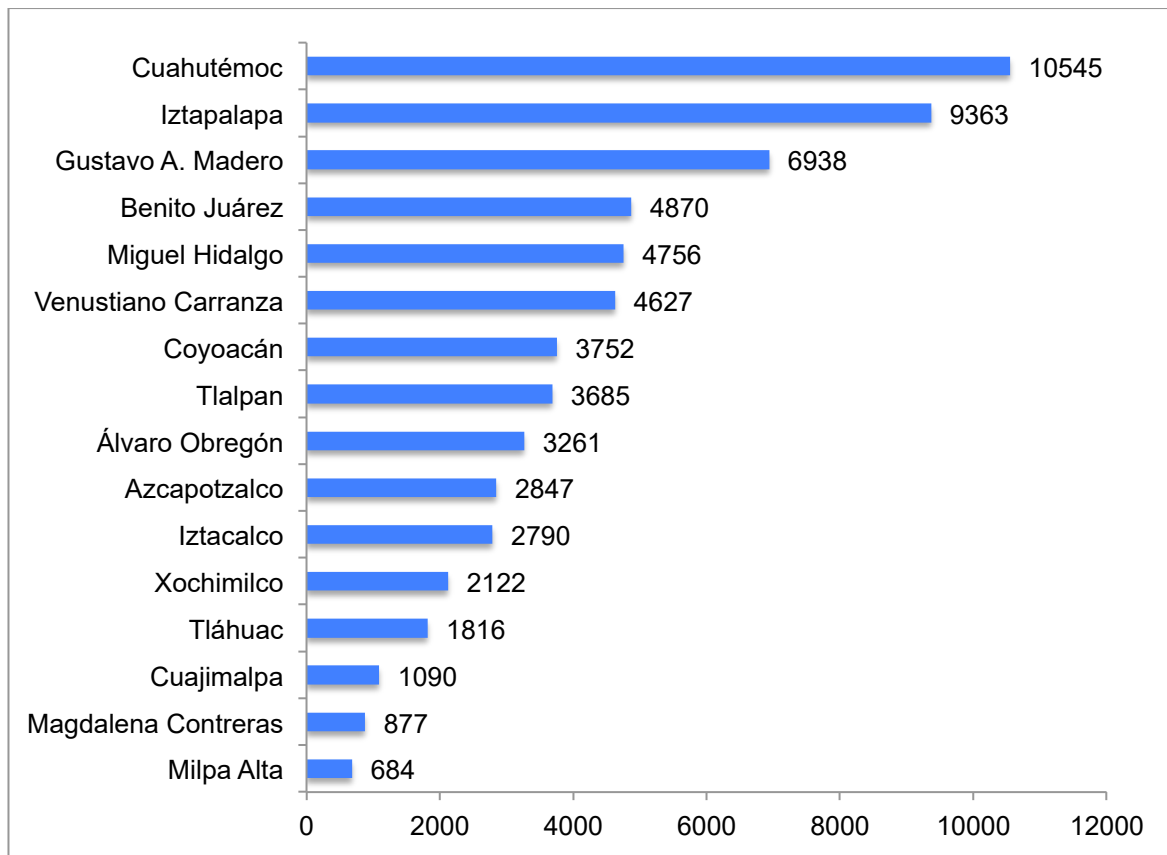
4.4.1. Diseño del Estudio de Caso

De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, las Unidades Económicas relacionadas a las industrias culturales y creativas¹ en el 2012 se distribuyen de acuerdo a la Figura 4.23 y Figura 4.24

La delegación Cuauhtémoc es la que cuenta con mayor participación de unidades económicas relacionadas a las industrias culturales y creativas en la Ciudad de México, contando con 10,545 unidades de un total de 64,023 ; como se presenta en la Figura 4.24, estas unidades se encuentran de manera muy concentrada en este espacio de la Ciudad.

¹ Del DENUE se seleccionaron las siguientes categorías: Arquitectura, Diseño especializado, servicios de publicidad, servicios artísticos, culturales, museos, sitios históricos, servicios de alojamiento, servicios de preparación de alimentos y bebidas.

Figura 4.23 Distribución de Unidades Económicas de las industrias culturales y creativas en la Ciudad de México por Delegaciones



Fuente: Elaboración propia con base al DENU (2017)

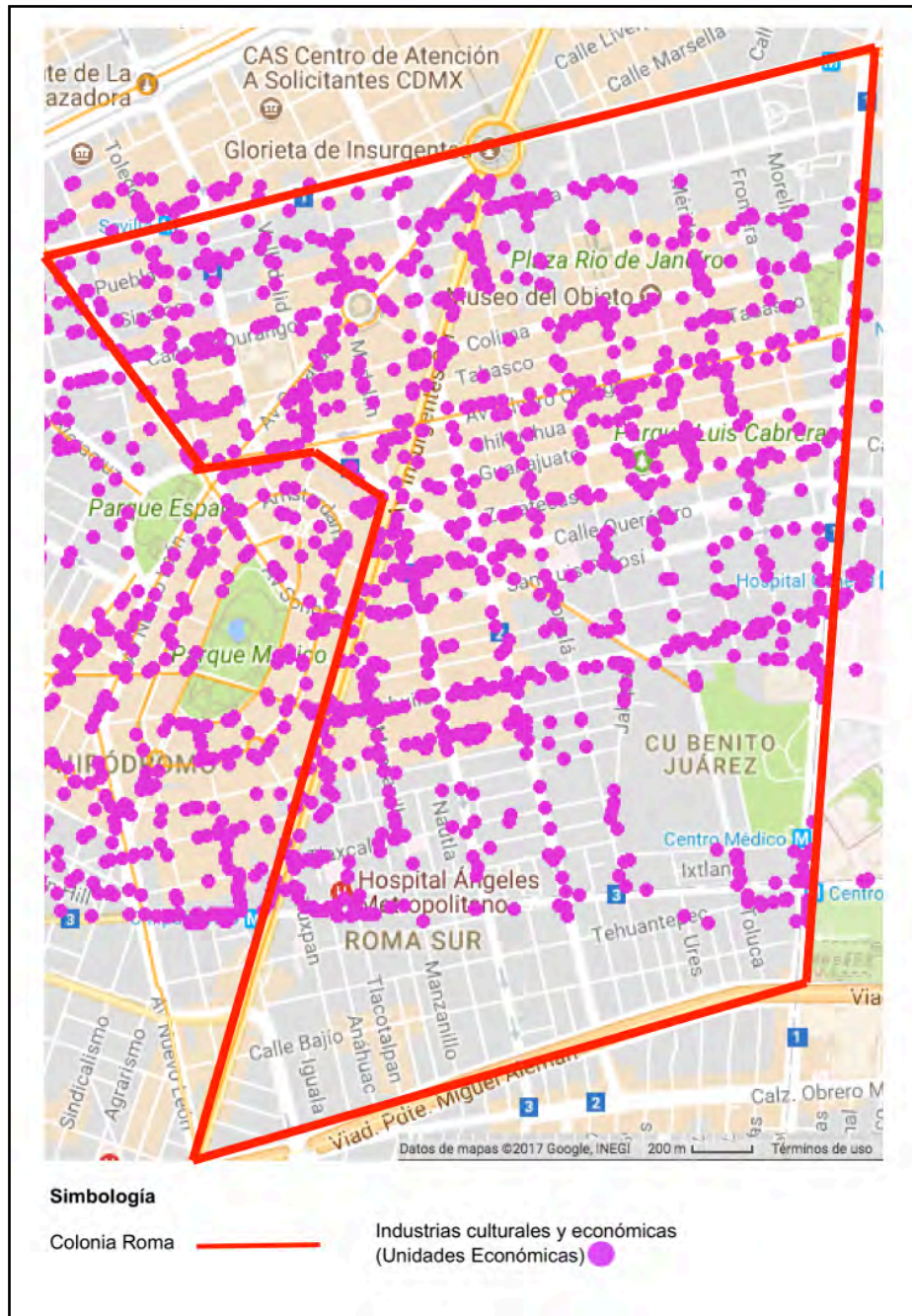
La colonia Roma es una zona ubicada en el centro de la Ciudad de México², cuya creación se da a partir del trazo de Edward Walter Orrin en 1902, y como un símbolo hasta nuestros días de la época porfirista.

Para elegir a la Colonia Roma como caso de estudio, se debió a diversos factores, un primer factor fue a través de realizar una investigación relacionada a cuales eran

² Los límites que comprenden a la colonia son: al norte por la Avenida Chapultepec y la Colonia Juárez, al oriente por la Avenida Cuauhtémoc y la Colonia Doctores, al sur por el Viaducto Miguel Alemán colindando con las colonias Colonia Narvarte y Colonia del Valle y al poniente por la Avenida de los Insurgentes Sur y la Avenida Veracruz

las delegaciones que contaban con mayor participación de industrias culturales y creativas y creativas.

Figura 4.24 Mapa de la Colonia Roma por unidades económicas relacionadas a las industrias culturales y creativas



Fuente: Elaboración propia sobre Google Maps con información del DENUE.

Un segundo factor fue por invitación del Consejo Vecinal de la Roma (CoVE)³ para evaluar los espacios públicos de la Colonia Roma, a través de una iniciativa Ciudadana denominada Cartografía Participativa, liderada por CoVE en conjunto con Centro Geo⁴

El proyecto de cartografía participativa tenía como objetivo realizar un diagnóstico de la colonia Roma, a través de siete variables⁵, para diseñar propuestas informadas, teniendo como base la voz ciudadana con visión de largo plazo, a través de generar nuevos canales de comunicación de la ciudadanía con autoridades y todos los sectores que conforman la Roma.

1. La pregunta de investigación para el desarrollo de este caso de estudio fue:

¿Qué podemos aprender de aplicar el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en la Colonia Roma?

¿El modelo es útil para identificar aspectos a mejorar que contribuyan a contar con espacios públicos de carácter creativo?

2. Proposición de estudio:

El modelo conceptual de gestión urbana permitirá el análisis de espacios públicos en la Colonia Roma que promuevan el carácter creativo

3. Unidad de análisis:

³ CoVE es una iniciativa ciudadana, formada por vecinos de la colonia Roma, con el objetivo de fomentar y ejercer la democracia participativa e impulsar el diálogo colaborativo con las autoridades locales y diferentes sectores que interactúan juntos en la Colonia Roma.

⁴ Centro de Investigación en Geografía y Geomática es un Centro Público de Investigación de CONACYT.

⁵ Basura, bienes inmuebles, espacios públicos, establecimientos comerciales, movilidad, seguridad y servicios.

Como unidad de análisis se aplicó el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en los 19 sitios específicos que conforman a la Colonia Roma⁶, en el mes de marzo y abril de 2015.

Los espacios públicos donde fue aplicado el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos son los siguientes:

Parques y Plazas

- 1 Juan Rulfo
- 2 Plaza Río de Janeiro
- 3 Plaza Luis Cabrera
- 4 Plaza el Lanzador
- 5 Circular Morelia
- 6 Garibaldi
- 7 Parque Pushkin
- 8 Parque Ramón López Velarde
- 9 Remanente Tonalá y Querétaro
- 10 Jardín Edith Sánchez
- 11 Plaza Villa Madrid

Canchas deportivas

- 12 Orizaba

Glorietas

- 13 Insurgentes
- 14 Chilpancingo

⁶ Se le denomina como Colonia Roma para esta investigación, pero incluye a la Colonia Roma Norte y Roma Sur

Corredores

- 15 Durango
- 16 Veracruz
- 17 Oaxaca
- 18 Orizaba
- 19 Álvaro Obregón

Para facilitar la lectura del caso, se presenta en este apartado el análisis de tres sitios; la Plaza Luis Cabrera, la Glorieta de Insurgentes, y el Corredor Durango; la información de los otros 16 espacios públicos se puede consultar en los anexos.

4. Relación de los datos con las proposiciones:

A partir de la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, se generó un diagnóstico de acuerdo a las categorías estudiadas, posteriormente, se hacen recomendaciones de reconfiguración, así como características en común con las que cuentan los espacios públicos. La identificación de oportunidades a mejorar en los espacios públicos analizados con el fin de fortalecer su carácter creativo, es la evidencia de que el modelo propuesto es útil en este tipo de ejercicios de descripción y análisis.

5. Criterios para interpretar los datos

Se realizaron dos bases de datos para la interpretación de los resultados, una base de datos denominada *Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos: El caso de la Colonia Roma en la Ciudad de México*, que contiene la evaluación de las categorías del modelo en los 19 espacios que se evaluaron; es importante enfatizar que el modelo cuenta con variables cualitativas, estos datos están fundamentados en percepciones ciudadanas de alrededor de 190 voluntarios, y reflejan un momento de su observación; la

segunda base de datos es el análisis por AGEB de las variables que se describen en el apartado 4.3 relacionadas con las categorías de acceso y conexión y sociabilidad, por ejemplo: densidad de población en el espacio público, número de niños, jóvenes y adultos mayores que usan el espacio, número total de habitantes, entre otras.

Cabe destacar que en el caso de la Colonia Roma se pueden identificar 18 AGEB, constituidas conformadas por 378 manzanas. Algunas de estas AGEB contienen uno o varios de los espacios públicos analizados.

En el siguiente apartado se describen el análisis y hallazgos que se encontraron en la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos.

4.4.2. Análisis y resultados

Este apartado se divide en dos, en el primero se describen las características de los espacios públicos a partir de la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos de la Colonia Roma en la Ciudad de México, aplicado en el mes de marzo y abril de 2015.

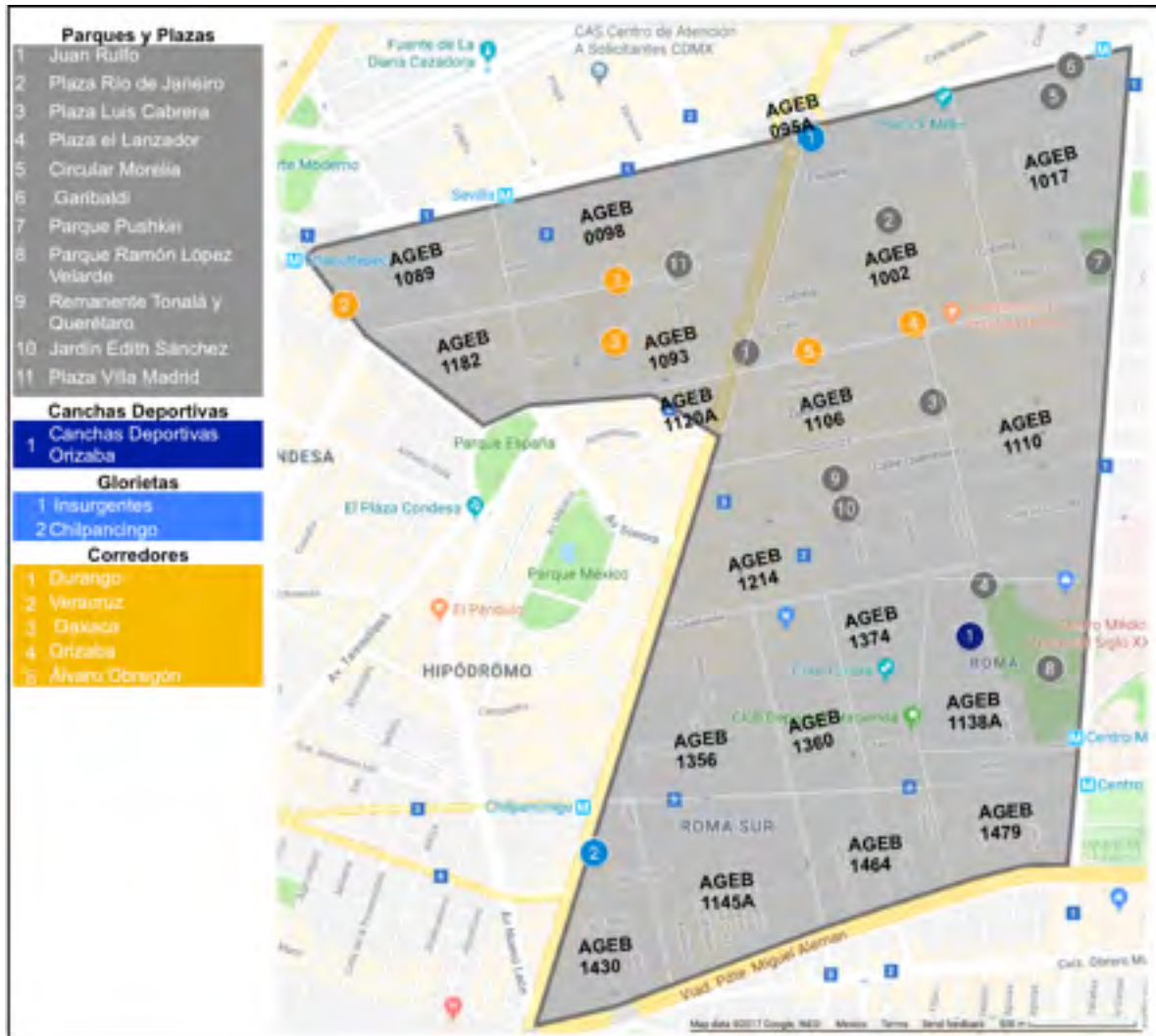
En la figura 4.25 se visualizan en colores los espacios públicos donde fue aplicado el modelo de gestión urbana; una vez identificados los espacios se procedió con el desarrollo de la aplicación en línea para la evaluación del modelo, así como la AGEB que correspondía a cada uno de los espacios, y que se enlistan a continuación:

§ Parques y Plazas	
1	Juan Rulfo (AGEB-1093)
2	Plaza Río de Janeiro (AGEB-1002)
3	Plaza Luis Cabrera (AGEB 1106)
4	Plaza el Lanzador (AGEB 1110)
5	Circular Morelia (AGEB 1017)
6	Garibaldi (AGEB1017)
7	Parque Pushkin (AGEB 1017)
8	Parque Ramón López Velarde (AGEB138A)
9	Remanente Tonalá y Querétaro (AGEB 1214)
10	Jardín Edith Sánchez (AGEB1214)
11	Plaza Villa Madrid (AGEB 0998)

§ Canchas deportivas	
12	Orizaba (AGEB 1110)
§ Glorietas	
13	Insurgentes (AGEB 095A)
14	Chilpancingo (AGEB 1430)
§ Corredores	
15	Durango (AGEB 1089, 1093, 0998, 1002,1017)
16	Veracruz (AGEB 1089, 1182,1093)
17	Oaxaca (AGEB 1093 y 0998)
18	Orizaba (AGEB 1002, 1017, 1106, 1110, 138A)
19	Alvaro Obregón (AGEB 120A, 1093, 1106, 1110,1017, 1002)

Con esta información se presentan los hallazgos, que serán expuestos conforme a las categorías de parques y plazas, canchas deportivas, glorietas y finalmente corredores

Figura 4.25 Mapa de los espacios públicos analizados de la Colonia Roma donde fue aplicado el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos.

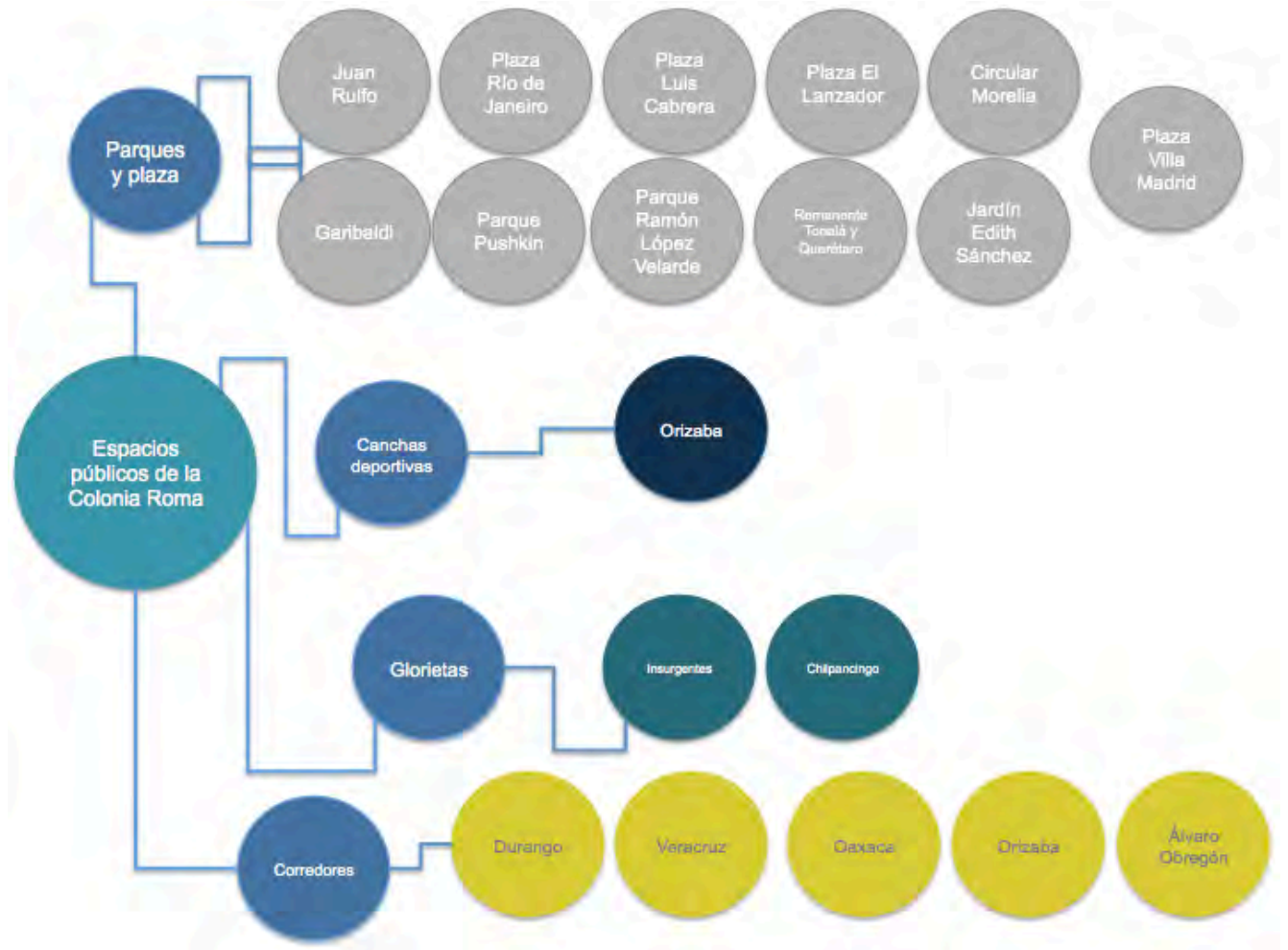


Fuente:Elaboración propia sobre Google Maps

4.4.3.1 Características de los espacios

A continuación se presenta la descripción de 3 de los 19 sitios analizados. Los 16 restantes como ya se mencionó con anterioridad pueden consultarse en la sección de anexos.

Figura 4.26 Espacios públicos de la Colonia Roma



Fuente: Elaboración propia

Las descripciones que se presentan a continuación tienen la siguiente información: ubicación, superficie, origen de la plaza, acceso y conexión, características de los usuarios, seguridad y aspectos relevantes del espacio.

Parques y plazas

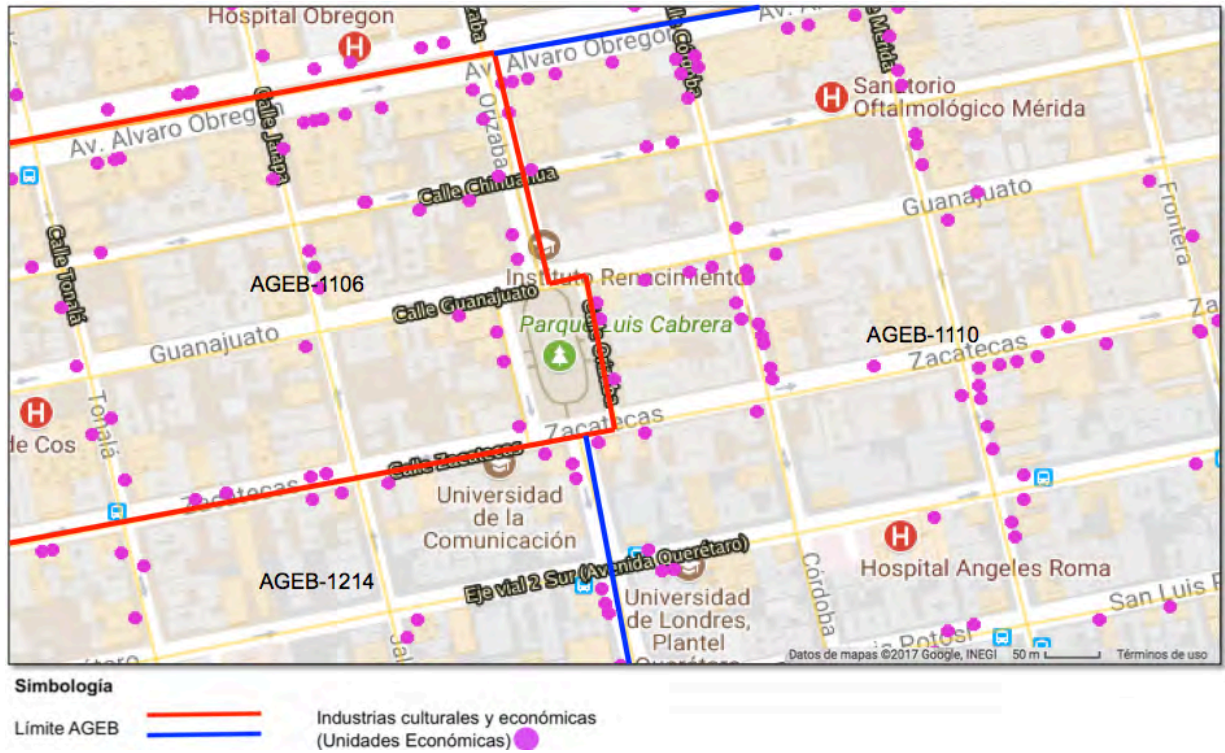
La colonia Roma cuenta con 11 espacios públicos reconocidos como parques y plazas.

Plaza Luis Cabrera

Ubicación: Calle Orizaba entre Guanajuato y Zacatecas. Roma Norte, Ciudad de México.

Superficie de la Plaza Luis Cabrera: 4,862.31 m²

Figura 4.27 Plaza Luis Cabrera



Fuente: Elaboración propia sobre Google Maps con información del DENUE

La **Plaza Luis Cabrera** antes *Plaza Ajusco*, se encuentra ubicada en la calle de Orizaba. Su nombre se debe al escritor, ensayista, poeta Luis Cabrera (1876-1954) también político miembro del gobierno de Venustiano Carranza durante la Revolución.

Es una plaza pública rodeada de casas habitacionales, escuelas privadas, cafeterías y restaurantes. Durante enero de 2015 fue rehabilitado el adoquín de la plaza. La plaza cuenta con exposiciones de arte temporales a cargo de la galería Terreno Baldío.

Cuenta con diversas alternativas de transporte público como son: ecobici; metrobús Álvaro Obregón y Dr. Márquez; metro Hospital General; es una zona de estacionamiento libre, hay la presencia de franeleros y estacionamientos públicos cercanos.

La Plaza Luis Cabrera cuenta con la zona de influencia que incluye a las AGEB 1106, 1110 y 1214; por lo que cuenta con una población total de 10'667 habitantes, alrededor cuenta con 4,816 viviendas, de las cuales 3980 están habitadas, 836 son viviendas deshabitadas, el resto son terrenos baldíos. El 29% de sus habitantes son adultos mayores, y el 18% es menor a los 14 años. El 7.5% de sus habitantes hablan una lengua indígena y español, el 4.7% de las personas presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. El valor promedio de los bienes inmuebles en esta zona por m² es de \$31,900.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido por los habitantes de esta AGEB es medio, sin embargo, la actividad peatonal así como la presencia de usuarios es alta; cuenta con un letrero de identificación que pone en manifiesto la relación histórica de su nombre, así como una serie de recomendaciones para una convivencia en armonía con los usuarios. Es común en esta Plaza encontrar alguna exposición de arte que sea un motivo para conversar con conocidos y desconocidos. Cerca de este espacio, se encuentra la Universidad de la Comunicación, donde la iniciativa CoVE realizaba el proyecto *Súmate Presencial*, una iniciativa a manera de charla casual, se presentaban los vecinos antiguos y nuevos con los proyectos que realizaban en la Colonia Roma, el objetivo de estos encuentros era generar una comunidad y comunicar lo que estaba sucediendo en la Roma, esta iniciativa contó con un espacio en la radio por internet de la Universidad.

Fotografías del espacio público Plaza Luis Cabrera



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

En relación al mobiliario cuenta con bancas, contenedores de basura que suelen ser insuficientes. En 2015 se cambió el encarpado de la Plaza y se mejoraron las rampas de acceso. Existe una abundante vegetación, en el 2014 hubo una plaga de muérdago que fue atendida por los vecinos de la zona, con el objetivo de erradicarlo y que no se extendiera, por lo que la vegetación está en constante revisión; en ese mismo año, la fuente de la Plaza fue reparada a través del Comité Vecinal Roma III, quienes recaudaron fondos para su rehabilitación, y gestionaron los permisos necesarios para que volviera a funcionar. Al igual que la Plaza Río de Janeiro, la Plaza Luis Cabrera es muy concurrida por los vecinos que tienen mascotas, lo que ha ocasionado deterioro en las mamparas de exposición.

El Comité Vecinal Roma III ha representado a sus vecinos con compromiso, ya que también han gestionado que los usos de suelo, zonificación y los espacios públicos mantengan el objetivo por el que fueron construidos o planeados.

La iluminación del espacio es satisfactoria al igual que la vigilancia del espacio, ya que en ocasiones hay la presencia de la policía para que los usuarios se sientan más tranquilo de lo que pasa en el lugar; en relación al mantenimiento los vecinos contactan a la Territorial Roma Condesa a través de redes sociales o de manera presencial, con el objetivo de notificar las necesidades de recolección de basura o de mantenimiento al agua de la fuente.

La Plaza Luis Cabrera está rodeada de galerías, museos, teatros, cines, oficinas, restaurantes, cafeterías, y centros Universitarios como la Casa Galván de la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad de Londres y la Universidad de la Comunicación, estas dos últimas se han involucrado en generar una comunidad con los vecinos, documentar el valor histórico del espacio y comunicarlo.

En este espacio se desarrollan diversas actividades culturales, y las exposiciones en el espacio público han estado dedicadas a el arte y las industrias creativas, así

como campañas de conciencia social, y cuentan con inversión privada para su realización, en colaboración con comités ciudadanos que preservan el espacio y en pro de la convivencia social

Glorietas

En los espacios públicos evaluados en la Colonia Roma en las categorías donde se aplicó el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, se consideraron a las glorietas de Insurgentes y Chilpancingo, que son utilizadas para los cambios modales de la zona. Es importante señalar que la Glorieta de Insurgentes al estar en el límite territorial de la Colonia Roma y la Colonia Juárez, comparte la AGEB que se utilizó para analizar este espacio público.

1. Glorieta de Insurgentes

Ubicación: Insurgentes, Puebla, Chapultepec. Roma Norte, Ciudad de México

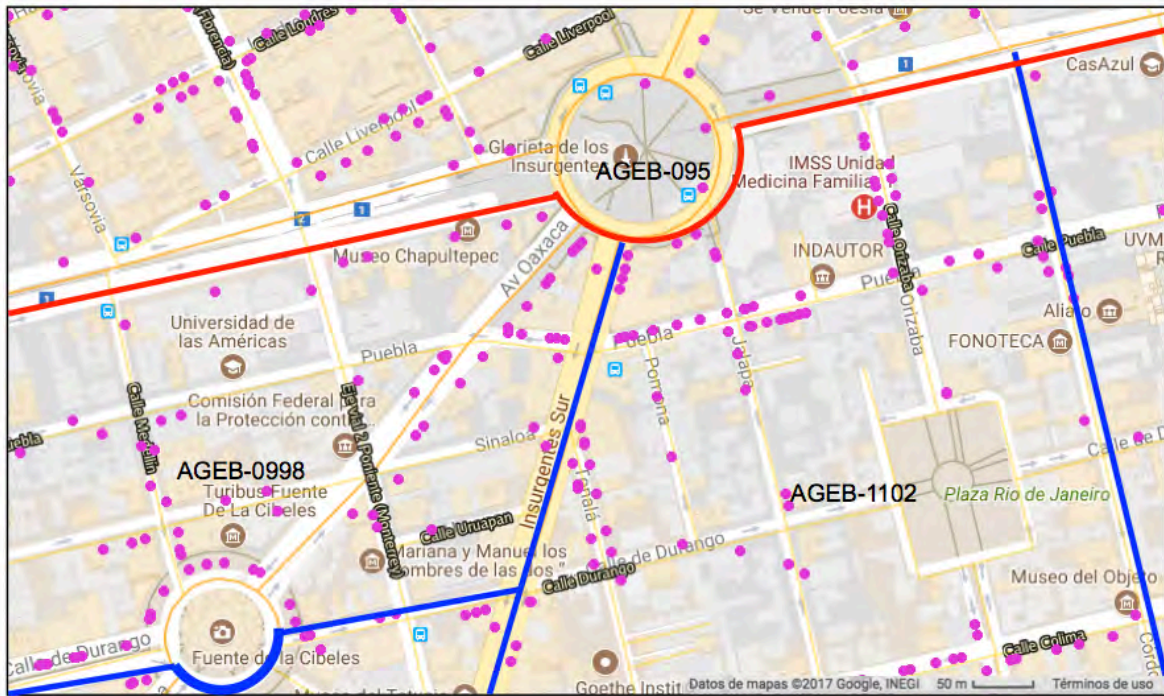
Superficie de la glorieta: 15,148 m²

La Glorieta de los Insurgentes fue inaugurada en el año 1969, cuando inició operaciones la línea 1 del sistema colectivo metro.

Se encuentra construido debajo del nivel de las calles circundantes, y se comunica a través de varios pasajes, lo que permite que el espacio de la plaza sea exclusivamente peatonal.

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici
metrobús:insurgentes; metro: insurgentes.

Figura 4.28 Glorieta de Insurgentes (AGEB-095A, 0998 , 1102)



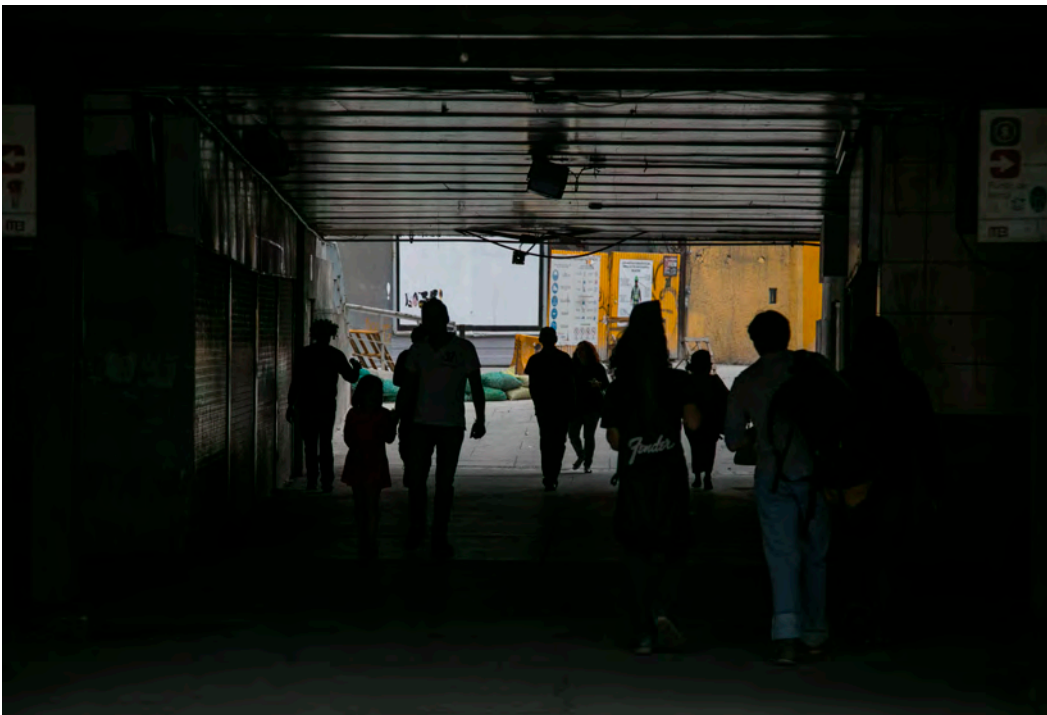
Simbología

Límite AGEB — — Industrias culturales y económicas (Unidades Económicas) ●

Fuente: Elaboración propia sobre Google Maps con información del DENUE

Como se muestra en la figura 4.28 la Glorieta de Insurgentes es un importante centro de conexión y movilidad urbana, ya que convergen el transporte público como el metro, metrobus; y conexión con otros espacios públicos y corredores, como es la Plaza Madrid, la Plaza Río de Janeiro y el Corredor Durango; por la ubicación de este espacio público, permite la conexión con la colonia Juárez.

Fotografías del espacio público Glorieta de Insurgentes



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

La Glorieta de Insurgentes cuenta con la zona de influencia que incluye a las AGEB 095A, 0998 y 1102; por lo que cuenta con una población total de 6,601 habitantes, alrededor cuenta con 659 viviendas, de las cuales 3572 están habitadas y 912 son viviendas deshabitadas. El 7% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 4.9% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 6.5%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$32,410.60 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a que es un espacio público de cambio modal, las condiciones de construcción del espacio y de conservación no son las adecuadas, ya que no se le da mantenimiento al mobiliario y la vegetación se encuentran descuidados, otros aspecto es que no tiene una relación histórica con los usuarios.

La iluminación del espacio en los túneles de acceso es deficiente por el día y por las noches, por lo que no se puede apreciar fácilmente el entorno.

La Glorieta de Insurgentes cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanos, en este espacio se desarrollan pocas actividades culturales de manera constante, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para la rehabilitación y apropiación del espacio público a través de la cultura, y su mejoramiento en infraestructura, acondicionarla con contenedores de basura, señales de apoyo para emergencia, mejorar la visibilidad y el cuidado de la vegetación, así como una adecuada señalización para que se le de mantenimiento.

Corredores

En esta sección se describen las características de los espacios públicos evaluados correspondiente a los cinco corredores que conforman a la Colonia Roma.

Corredor Durango (AGEB-1089, 1093, 0998, 1002, 1017)

Ubicación: Avenida Veracruz a Avenida Cuauhtémoc, Roma Ciudad de México

Longitud Corredor Durango : 2.180 km

Es un corredor que inicia en la calle de Veracruz hasta Avenida Cuauhtémoc.

Por su ubicación, cruza importantes espacios como la Plaza Villa Madrid, Palacio de Hierro Durango, y Avenida Insurgentes. Cuenta con una ciclo pista desde Plaza Villa Madrid y hasta Orizaba (Plaza Río de Janeiro)

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici
metrobús:Durango; metro: Insurgentes.

En este espacio público, la zona de influencia se considero las cinco AGEB donde se ubica el Corredor Durango, cuenta con una población total de 14,573 habitantes (7,568 femenino y 7,005 masculino), alrededor cuenta con 7,014 viviendas, de las cuales 5,772 están habitadas y 934 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 13% de la población es menor de 14 años. El 5% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 2%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$50,600.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

Figura 4.29 Corredor Durango (AGEB-1089, 1093, 0998, 1002, 1017)

Fuente: Fuente: Elaboración propia sobre Google Maps con información del DENUE

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a su ubicación. Al inicio del año 2015 se hizo una rehabilitación del espacio, por lo que las condiciones de construcción mantenimiento son las adecuadas, se rehabilitaron e instalaron bancas de descanso, sin embargo, la vegetación y las condiciones ambientales podrían mejorar para evitar que obstruyan la visibilidad y la iluminación del espacio.

El Corredor Durango cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio no se desarrollan actividades culturales, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para apropiación del espacio público a través de la cultura y su relación histórica con los habitantes y los usuarios; así como mejorar la visibilidad, acondicionar señalización para su mantenimiento, identificación del espacio.

Fotografías del espacio público Corredor Durango



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

A continuación se presentan los hallazgos por categoría obtenidas en la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos a los 19 espacios analizados.

Figura 4.30 Parques y Plazas Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Acceso y Conexión, Confort e imagen, Usos y actividades

Observaciones sobre la categoría	Juan Rulfo (AGEB-1093)	Plaza Río de Janeiro (AGEB-1002)	Plaza Luis Cabrera (AGEB 1106)	Plaza el Lanzador (AGEB 1110)	Circular Morelia (AGEB 1017)	Garibaldi (AGEB1017)	Parque Pushkin (AGEB 1017)	Parque Ramón López Velarde (AGEB138A)	Remanente Tonalá y Querétaro (AGEB 1214)	Jardín Edith Sánchez (AGEB1214)	Plaza Villa Madrid (AGEB 0998)	
Acceso y Conexión												
Densidad de población en el espacio público	Mide el equivale a un numero determinado de habitantes en cada espacio público. Unidad de medida #hab/m ²	0.98	0.20	0.44	16.82	2.84	8.20	0.30	0.01	6.20	5.76	0.48
Tráfico Vehicular	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto	Alto	Medio	Alto	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto
Cambio Modal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Transporte público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Actividad Peatonal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto	Alto	Alto	Baja	Medio	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Estacionamiento Público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Población total por AGEB	Número de habitantes	1253	2398	2127	5904	5041	5041	5041	630	2636	2636	3040
Área del espacio público (m ²)	m ²	1,274.28	12,050.67	4,862.31	351.00	1,773.75	614.52	17,064.44	64,261.80	425.14	457.39	6,359.26
Número total de viviendas.	Número de viviendas	627	1432	900	2643	2297	2297	2297	293	1273	1273	1481
Número de viviendas habitadas	Número de viviendas	535	1139	730	2205	1907	1907	1907	262	1045	1045	1243
Número de viviendas deshabitadas	Número de viviendas	73	222	123	292	264	264	264	22	163	163	194
Uso de suelo	Habitacional/Residencial/Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto
Confort e imagen												
Condiciones de construcción	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No adecuadas	Adecuadas	Adecuadas	No adecuadas	No adecuadas	No adecuadas	No adecuadas	No adecuadas	No adecuadas	Adecuadas	Adecuadas
Limpieza de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	No	Si
Condiciones ambientales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si	Si
Identificación del espacio	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	Si	No	No	Si	Si
Seguridad (señales de emergencia, botones de pánico y condiciones de visibilidad)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No
Usos y actividades												
Comercio local (Presencia de unidades económicas/industrias culturales y creativas)	Unidades económicas	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Relación histórica de los usuarios y los espacios públicos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si
Valor de las propiedades (mxn)	Valor expresado en mxn por m ²	33,000.00	31,752.00	31,730.76	28,370.00	30,978.00	30,978.00	30,978.00	21,140.00	35,800.00	35,800.00	33,300.00
Valor de las propiedades (usd)	Valor expresado en usd por m ² Paridad mxn-usd de acuerdo al Banco de México	2,129.03	2,048.52	2,047.15	1,830.32	1,998.58	1,998.58	1,998.58	1,363.87	2,296.77	2,296.77	2,148.39

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.30 Parques y Plazas Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Sociabilidad, Apertura y diversidad, Ambiente cultural, Ambiente Institucional

Observaciones sobre la categoría	Juan Ruflo (AGEB-1093)	Plaza Río de Janeiro (AGEB-1002)	Plaza Luis Cabrera (AGEB 1106)	Plaza el Lanzador (AGEB 1110)	Circular Morelia (AGEB 1017)	Caribaldi (AGEB1017)	Parque Pushkin (AGEB 1017)	Parque Ramón López Velarde (AGEB138A)	Remanente Tonalá y Querétaro (AGEB 1214)	Jardín Edith Sánchez (AGEB1214)	Plaza Villa Madrid (AGEB 0998)	
Sociabilidad												
Número de niños, jóvenes y adultos mayores usan el espacio.	Número de habitantes	262	1206	648	1731	1394	1394	1394	216	750	750	688
Uso nocturno	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	Si	No	No	Si	Si	Si
Vida en la calle	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Voluntariado	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Conectividad con redes sociales.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	Si
Población entre 5 y 130 años que habla una lengua indígena	Número de habitantes	18	160	206	206	88	88	88	6	54	54	235
Personas que presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en a vida cotidiana	Número de habitantes	34	111	83	249	183	183	183	180	96	96	184
Grado promedio de escolaridad	Número de años aprobados desde primero de primaria hasta el último año que cursó cada habitante.	14.09	13.55	12.25	13.03	12.91	12.91	12.91	13.2	14	13.53	13.24
Apertura y diversidad												
Total de la población y representatividad de minorías (extranjeros, grupos étnicos)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	275	647	786	2098	1841	1841	1841	211	1033	1033	1448
Población diversa en el espacio.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Eventos culturales y artísticos que se desarrollan	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	No	Si	No
Participación de la población en los eventos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	Si	No	Si	No	No	Si	Si
Tecnología como canal de comunicación entre los usuarios	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si
Número de viviendas que cuentan con teléfono móvil, acceso a internet y equipo de computo	Numero de habitantes	825	2496	1473	4746	2376	2376	2376	510	2199	2199	2499
Ambiente cultural												
Participación en actividades culturales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	Si	No	Si	Si	No	Si	No
Teatros cercanos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Museos y galerías (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Salas de conciertos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Salas de cine (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Ambiente institucional												
Programas para la rehabilitación de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	Si	Si	No	Si	Si
Programas y gasto público en cultura (delegacional/municipal, local y federal)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	Si	Si	No	No	No
Inversión Privada	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	Si	Si	No	No	No	No	No	No	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.31 Canchas Deportivas Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Acceso y Conexión, Confort e imagen, Usos y actividades

	Observaciones sobre la categoría	Orizaba (AGEB 1110)
Acceso y Conexión		
Densidad de población en el espacio público	Mide el equivalente a un número determinado de habitantes en cada espacio público. Unidad de medida	3.88
Tráfico Vehicular	#hab/m ² Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Medio
Cambio Modal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Transporte público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Actividad Peatonal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto
Estacionamiento Público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Población total por AGEB	Número de habitantes	5904
Área del espacio público (m ²)	m ²	1,521.83
Número total de viviendas.	Número de viviendas	2643
Número de viviendas habitadas	Número de viviendas	2205
Número de viviendas deshabitadas	Número de viviendas	292
Uso de suelo	Habitacional/Residencial/Mixto	Mixto
Confort e imagen		
Condiciones de construcción	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No adecuadas
Limpieza de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Condiciones ambientales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Identificación del espacio	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Seguridad (señales de emergencia, botones de pánico y condiciones de visibilidad)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Usos y actividades		
Comercio local (Presencia de unidades económicas/industrias culturales y creativas)	Unidades económicas	Si
Relación histórica de los usuarios y los espacios públicos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Valor de las propiedades (mxn)	Valor expresado en mxn por m ²	28,370.00
Valor de las propiedades (usd)	Valor expresado en usd por m ² Paridad mxn-usd de acuerdo al Banco de México	1,818.59

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.31 Canchas Deportivas Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Sociabilidad, Apertura y diversidad, Ambiente cultural, Ambiente Institucional

Observaciones sobre la categoría		Orizaba (AGEB 1110)
Sociabilidad		
Número de niños, jóvenes y adultos mayores usan el espacio.	Número de habitantes	1731
Uso nocturno	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Vida en la calle	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Voluntariado	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Conectividad con redes sociales.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	@La_Roma
Población entre 5 y 130 años que habla una lengua indígena	Número de habitantes	206
Personas que presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en a vida cotidiana	Número de habitantes	249
Grado promedio de escolaridad	Número de años aprobados desde primero de primaria hasta el último año que cursó cada habitante.	13.03
Apertura y diversidad		
Total de la población y representatividad de minorías (extranjeros, grupos étnicos)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	2098
Población diversa en el espacio.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Eventos culturales y artísticos que se desarrollan	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Participación de la población en los eventos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Tecnología como canal de comunicación entre los usuarios	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Número de viviendas que cuentan con teléfono móvil, acceso a internet y equipo de computo	Numero de habitantes	4746
Ambiente cultural		
Participación en actividades culturales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Teatros cercanos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Museos y galerías (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Salas de conciertos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Salas de cine (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si
Ambiente institucional		
Programas para la rehabilitación de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Programas y gasto público en cultura (delegacional/municipal, local y federal)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No
Inversión Privada	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.32 Glorietas Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Acceso y Conexión, Confort e imagen, Usos y actividades

Observaciones sobre la categoría		Insurgentes (AGEB 095A)	Chilpancingo (AGEB 1430)
Acceso y Conexión			
Densidad de población en el espacio público	Mide el equivalente a un número determinado de habitantes en cada espacio público. Unidad de medida #hab/m ²	0.08	0.75
Tráfico Vehicular	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto	Alto
Cambio Modal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Alto
Transporte público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Actividad Peatonal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto	Alto
Estacionamiento Público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Población total por AGEB	Número de habitantes	1165	1102
Área del espacio público (m ²)	m2	15,147.94	1,477.64
Número total de viviendas.	Número de viviendas	659	684
Número de viviendas habitadas	Número de viviendas	468	140
Número de viviendas deshabitadas	Número de viviendas	496	145
Uso de suelo	Habitacional/Residencial/Mixto	Mixto	Mixto
Confort e imagen			
Condiciones de construcción	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No Adecuadas	No Adecuadas
Limpieza de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No
Condiciones ambientales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No
Identificación del espacio	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No
Seguridad (señales de emergencia, botones de pánico y condiciones de visibilidad)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No
Usos y actividades			
Comercio local (Presencia de unidades económicas/industrias culturales y creativas)	Unidades económicas	Si	Si
Relación histórica de los usuarios y los espacios públicos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No
Valor de las propiedades (mxn)	Valor expresado en mxn por m ²	32,180.00	35,000.00
Valor de las propiedades (usd)	Valor expresado en usd por m ² Paridad mxn-usd de acuerdo al Banco de México	2,062.82	2,243.59

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.32 Glorietas Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Sociabilidad, Apertura y diversidad, Ambiente cultural, Ambiente institucional

Observaciones sobre la categoría		Insurgentes (AGEB 095A)	Chilpancingo (AGEB 1430)
Sociabilidad			
Número de niños, jóvenes y adultos mayores usan el espacio.	Número de habitantes	258	234
Uso nocturno	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No
Vida en la calle	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Voluntariado	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Conectividad con redes sociales.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	@La_Roma	@La_Roma
Población entre 5 y 130 años que habla una lengua indígena	Número de habitantes	32	8
Personas que presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en a vida cotidiana	Número de habitantes	33	208
Grado promedio de escolaridad	Número de años aprobados desde primero de primaria hasta el último año que cursó cada habitante.	12.33	13.98
Apertura y diversidad			
Total de la población y representatividad de minorías (extranjeros, grupos étnicos)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	569	334
Población diversa en el espacio.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Eventos culturales y artísticos que se desarrollan	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No
Participación de la población en los eventos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No
Tecnología como canal de comunicación entre los usuarios	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Número de viviendas que cuentan con teléfono móvil, acceso a internet y equipo de computo	Numero de habitantes	906	1215
Ambiente cultural			
Participación en actividades culturales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No
Teatros cercanos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Museos y galerías (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Salas de conciertos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Salas de cine (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si
Ambiente institucional			
Programas para la rehabilitación de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No
Programas y gasto público en cultura (delegacional/municipal, local y federal)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No
Inversión Privada	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.33 Corredores Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Acceso y Conexión, Confort e imagen, Usos y actividades

Observaciones sobre la categoría		Durango (AGEB 1089, 1093, 0998, 1002,1017)	Veracruz (AGEB 1089, 1182, 1093)	Oaxaca (AGEB 1093 y 0998)	Orizaba (AGEB 1002, 1017, 1106, 1110, 138A)	Alvaro Obregón (AGEB 120A, 1093, 1106, 1110,1017, 1002)	
Acceso y Conexión							
Densidad de población en el espacio público	Mide el equivale a un número determinado de habitantes en cada espacio público. Unidad de medida #hab/m ²	6.68		13.16	4.09	7.92	9.50
Tráfico Vehicular	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto		Medio	Alto	Medio	Medio
Cambio Modal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si		Si	Si	Si	Si
Transporte público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si		Si	Si	Si	Si
Actividad Peatonal	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Alto		Alto	Alto	Alto	Alto
Estacionamiento Público	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si		Si	Si	Si	Si
Población total por AGEB	Número de habitantes	14573	9213	4293	16638	16537	
Área del espacio público (m ²)	m2	2,180	700	1,050	2,100	1,740	
Número total de viviendas.	Número de viviendas	7,014	4,559	2,108	7,899	7,656	
Número de viviendas habitadas	Número de viviendas	5772	3828	1778	6516	6378	
Número de viviendas deshabitadas	Número de viviendas	934	558	267	974	886	
Uso de suelo	Habitacional/Residencial/Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	Mixto	
Confort e imagen							
Condiciones de construcción	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Adecuadas	No adecuadas	Adecuadas	No adecuadas	No adecuadas	
Limpieza de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No	Si	Si	Si	
Condiciones ambientales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No	Si	Si	Si	
Identificación del espacio	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	No	No	
Seguridad (señales de emergencia, botones de pánico y condiciones de visibilidad)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	No	No	
Usos y actividades							
Comercio local (Presencia de unidades económicas/industrias culturales y creativas)	Unidades económicas	Si	Si	Si	Si	Si	
Relación histórica de los usuarios y los espacios públicos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No	No	No	No	
Valor de las propiedades (mxn)	Valor expresado en mxn por m ²	50,600.00	27,200.00	33,300.00	31,724.00	34,347.00	
Valor de las propiedades (usd)	Valor expresado en usd por m ² Paridad mxn-usd de acuerdo al Banco de México	3,243.59	1,743.59	2,134.62	2,033.59	2,201.73	

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.33 Corredores Colonia Roma, Ciudad de México
Categorías: Sociabilidad, Apertura y diversidad, Ambiente cultural, Ambiente institucional

Observaciones sobre la categoría		Durango (AGEB 1086, 1093, 0998, 1002,1017)	Veraacruz (AGEB 1089, 1182, 1093)	Oaxaca (AGEB 1093 y 0998)	Orizaba (AGEB 1002, 1017, 1106, 1110, 138A)	Alvaro Obregón (AGEB 120A, 1093, 1106, 1110,1017, 1002)
Sociabilidad						
Número de niños, jóvenes y adultos mayores usan el espacio.	Número de habitantes	3,565	2,178	950	4,878	4,577
Uso nocturno	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Vida en la calle	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Voluntariado	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Conectividad con redes sociales.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma	@La_Roma
Población entre 5 y 130 años que habla una lengua indígena	Número de habitantes	428	306	253	582	556
Personas que presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en a vida cotidiana	Número de habitantes	714	481	218	660	607
Grado promedio de escolaridad	Número de años aprobados desde primero de primaria hasta el último año que cursó cada habitante.	13.5	13.73	13.66	13.16	13.35
Apertura y diversidad						
Total de la población y representatividad de minorías (extranjeros, grupos étnicos)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	6,076	4,173	1,987	5,928	6,329
Población diversa en el espacio.	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Eventos culturales y artísticos que se desarrollan	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	Si	Si
Participación de la población en los eventos	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	Si	Si
Tecnología como canal de comunicación entre los usuarios	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Número de viviendas que cuentan con teléfono móvil, acceso a internet y equipo de computo	Numero de habitantes	11789	7983	3664	13551	13460
Ambiente cultural						
Participación en actividades culturales	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	Si	Si
Teatros cercanos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Museos y galerías (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Salas de conciertos (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Salas de cine (Unidades económicas)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	Si	Si	Si	Si
Ambiente institucional						
Programas para la rehabilitación de la zona	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	Si	No	Si	Si	Si
Programas y gasto público en cultura (delegacional/municipal, local y federal)	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	Si	Si	Si
Inversión Privada	Categoría cualitativa /Percepción ciudadana	No	No	No	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

4.4.3.2 Hallazgos de la aplicación a los 19 espacios públicos del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos en la Colonia Roma

Durante los meses de marzo y abril de 2015 se aplicó el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos: El Caso de la Colonia Roma en la Ciudad de México, que cuenta con 19 espacios públicos categorizados entre: parques y plazas, canchas, glorieras y corredores.

Es importante enfatizar que el modelo está construido por variables cuantitativas y por variables cualitativas, los hallazgos que arroja la aplicación del modelo son percepciones ciudadanas, y reflejan un momento en su observación. Una de las funciones de los resultados obtenidos, permite identificar algunas áreas de oportunidad presentes en el espacio público.

Las categorías cuantitativas y cualitativas que se evaluaron son las siguientes:

Figura 4.14 Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos (Versión 2.0)

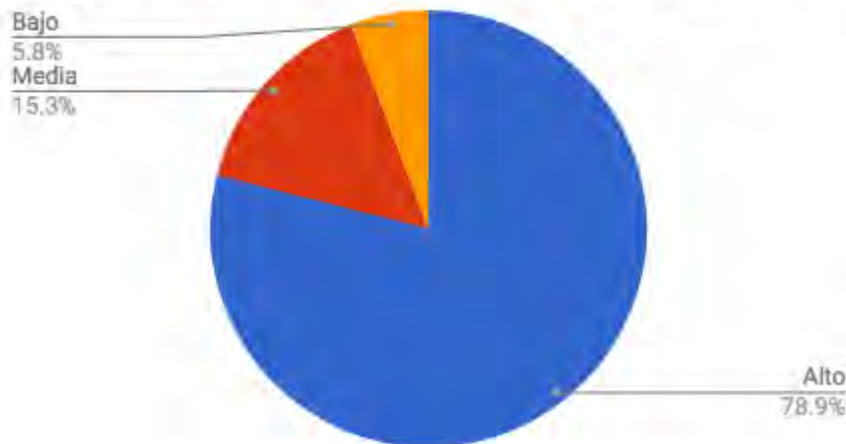


Fuente: Elaboración propia

A partir de las categorías y características de los 19 espacios públicos evaluados que se presentaron en el apartado anterior (Tablas 4.30, 4.31, 4.32 y 4.33), se presentan los principales hallazgos que se obtuvieron a partir del análisis de las categorías del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos

Acceso y Conexión

Figura 4.34 Tráfico Vehicular percibido en los espacios públicos de la Colonia Roma.



Fuente: Elaboración propia

En el 78% de los espacios públicos tiene un tráfico vehicular alto, la actividad peatonal en los espacios es alta en un 68%; esto debido a que existe cambio modal en el 79% de los espacios, así como de las diferentes alternativas de transporte público, como es ecobici, metrobus y metro, adicionalmente el 90% de los espacios está cercano a estacionamientos públicos y zonas de parquimetro.

Debido al sismo de 1985 que ocurrió en la Ciudad de México, hay un número considerable de viviendas que se encuentran deshabitadas, o terrenos baldíos que están siendo adquiridos por inmobiliarias para poder construir multifamiliares.

Confort e imagen

En relación a las condiciones de construcción del espacio y el mobiliario no es el adecuado, si se toma en cuenta que el 30% de los usuarios son niños, jóvenes y adultos mayores de 60 años, y de esta población el 5% cuenta con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus actividades diarias; por lo que es recomendable la valoración de rampas de acceso, encarpetado a nivel; así como empoderar y colaborar con la ciudadanía, autoridades y comercio en que el mantenimiento del mobiliario, limpieza, luminarias del espacio público, de tal forma que no sea solamente obligación de la autoridad el mantenimiento del espacio, sino que sea una colaboración en conjunto.

En relación a los aspectos de seguridad el 52.6% de la iluminación de los espacios públicos es adecuada, dentro de las razones que reducen la visibilidad son esquinas ciegas, pilares, muros, arbustos, rejas; el 100% de los espacios revisados no cuenta con señales que indiquen donde obtener ayuda en caso de emergencia, por lo que es recomendable acondicionar los espacios público con un señalización o botones de pánico que pudieran apoyar a los usuarios en alguna emergencia.

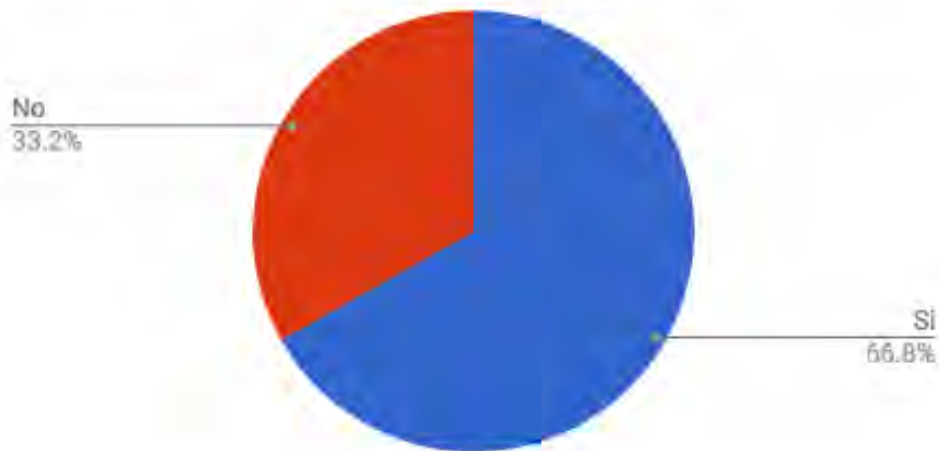
El 77.8% de los espacios públicos cuenta con vegetación, sin embargo, el 81.3% de las condiciones ambientales y fitosanitarias son inadecuadas, ya que no tienen un mantenimiento especial por lo que su crecimiento en ocasiones impacta en el aspecto de seguridad y la obstrucción de visibilidad.

La limpieza de los espacios públicos y los contenedores de basura han tenido diversos proyectos para mejorar sus condiciones, ya que los usuarios suelen llevar los residuos de sus casas y dejarlos en los espacios públicos, o robarse los contenedores, por lo que es necesario revisar las posibles alternativas para el mejoramiento de está situación.

Usos y actividades

El 100% de los espacios públicos están rodeados por unidades económicas relacionadas a las industrias culturales y creativas, así como escuelas, Universidades, hospitales, oficinas privadas, oficinas de gobierno; y zona habitacional.

Figura 4.35 Relación histórica de los usuarios con su entorno



Fuente: Elaboración propia

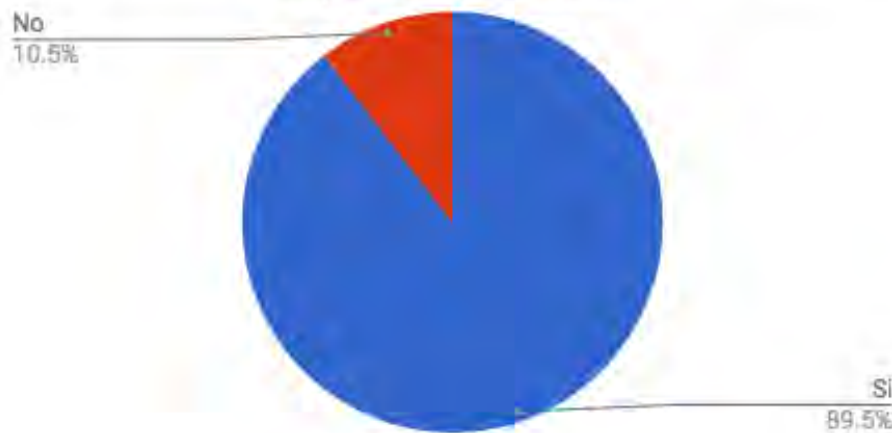
El 66.8% de los usuarios de los espacios públicos tiene una relación histórica con el entorno y algunos de ellos se encarga de promoverla a los usuarios que son visitantes o nuevos en el barrio; esta variable es importante debido a que se genera un sentido de identidad y cohesión social, lo que abre permite la preservación del espacio y genera un sentido de comunidad.

El valor promedio por m² al 10 de marzo de 2015 oscilaba en los \$33,000 mxn, esto quiere decir que la colonia ha incrementado su valor en el mercado en aproximadamente un 35% respecto al siguiente año. Esta situación ha traído el desplazamiento de habitantes hacia la Colonia Doctores. El Corredor de Durango es el espacio con mayor costo por m² al 10 de marzo de 2015 que oscilaba en \$50,600.00 mxn.

Sociabilidad

Los espacios públicos de la Colonia Roma se caracterizan por contar con usuarios diversos, el 30% de los usuarios son niños, jóvenes y adultos mayores de 60 años, y de esta población el 5% cuenta con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus actividades diarias; el 5% de sus usuarios habla una lengua indígena y español.

Figura 4.36 Vida en la calle alrededor de los espacios públicos



Fuente: Elaboración propia

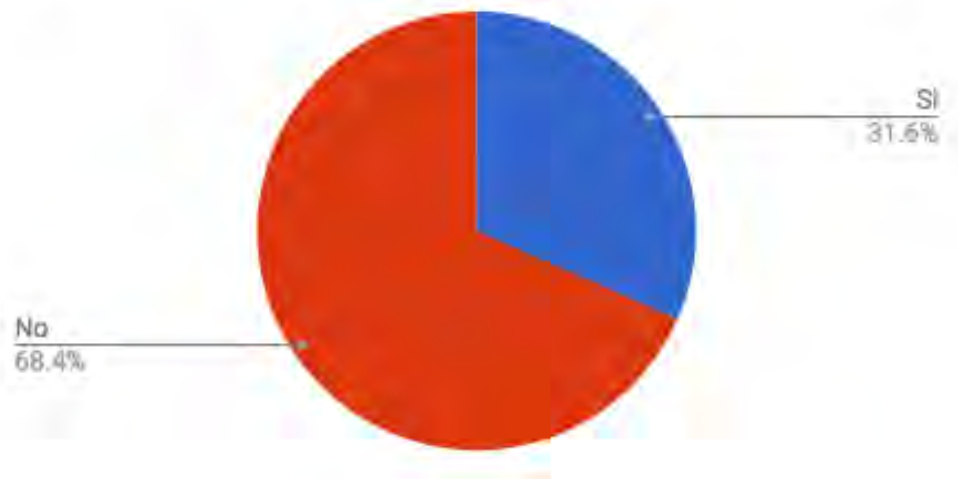
El 89.5% de los espacios cuenta con vida en la calle alrededor de los espacios, y estos espacios cuentan con vida nocturna; una característica de esta Colonia es que se han generado grupos de Ciudadanos que buscan organizarse para colaborar con la autoridad, comerciantes y usuarios en desarrollar un proyecto integral para el mejoramiento de los espacios.

Otro aspecto es que son una de las colonias pioneras en contar con un *community manager* @La_Roma desde la ciudadanía, que a través de redes sociales genera un espacio de conversación, denuncia e información con los habitantes y con los que no lo son, esta práctica ha sido importante, ya que genera una red e involucra a más ciudadanos a que participen en lo que está sucediendo.

Apertura y diversidad

El 38% de los usuarios a los espacios públicos no son de la localidad, sin embargo, esta situación no ha propiciado que la comunidad los aisle, al contrario, forman una parte importante, y como se mencionó en el apartado anterior hay una presencia importante de usuarios que habla una lengua indígena.

Figura 4.37 Eventos culturales y deportivos en los espacios públicos



Fuente: Elaboración propia

Las actividades culturales están concentradas en algunos espacios públicos como son: Plaza Río de Janeiro, Plaza Luis Cabrera y Corredor Álvaro Obregón, por lo que es necesario analizar si es necesario diseminar las actividades.

La iniciativa Corredor Cultural Roma Condesa que se realiza dos veces al año, una en primavera y otra en otoño, tiene como objetivo hacer una caminata por ambas colonias y que los paseantes puedan conocer las diferentes iniciativas, y que no se queden solo en un espacio.

Ambiente Cultural

Las actividades culturales que se desarrollan en los espacios públicos tienen mucha demanda, tanto de los usuarios diarios, como de usuarios que quieren participar en los diferentes eventos.

La oferta cultural en la Colonia Roma es amplia ya que al menos el 65% de los espacios públicos se encuentran cercanos a un cine, teatro o galería, lo que es una característica de los espacios públicos de esta zona.

Ambiente Institucional

Un aspecto importante en esta categoría es la labor de la ciudadanía en la gestión urbana de estos espacios para su preservación.

El 40% de los espacios públicos donde fue aplicado el modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad ha contado con Programas de Rehabilitación pública y privada para la conservación y mejora.

Es importante señalar que los espacios públicos ubicados en la periferia de la colonia se encontraron en condiciones de deterioro en su mobiliario urbano, alumbrado y con condiciones de riesgo fitosanitario en su vegetación.

Los espacios públicos con mayor superficie son Parque Ramón López Velarde, Parque Pushkin, y Plaza Río de Janeiro, que han tenido el apoyo de programas de rehabilitación de sus espacios

El parque Ramón López Velarde es el espacio público más grande de la Colonia Roma, cuenta con 64,000 m²; durante el levantamiento de la información se encontró que es un espacio muy concurrido debido a que es un espacio rodeado por estaciones de transporte público, así como dos hospitales muy grandes, por lo que sirve como un espacio de descanso, y dentro de la AGEB donde hay un mayor

numero de usuarios que cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en a vida cotidiana.

En relación a la implementación del modelo fue complejo, ya que se tenía que analizar la información de 19 espacios públicos y 49 variables, es decir, 931 variables; por lo que fue necesario sistematizar la información, generando un formato en línea con 40 campos.

Es importante resaltar que de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS) contempla que para mejorar la calidad de vida de los habitantes en las Ciudades un habitante debería contar con 9m² de áreas verdes o espacios públicos con el objetivo de conservar la calidad de vida de los habitantes; por lo que los espacios públicos de la Colonia Roma no alcanzan estos estándares a pesar de contar con 19 espacios público, por lo que este aspecto podría mejorarse a mediano plazo.

Al concluir el análisis de los resultados, el 18 de junio de 2015 en la Universidad de la Comunicación, se realizó la presentación a los vecinos de la Colonia Roma de la Cartografía Participativa, estando en el presidium el Dr. Enrique Cabrero, Director de CONACYT; el Dr. José Ignacio Chapela, Director de CentroGeo, entre otros.

En el evento asistieron 250 vecinos y 190 voluntarios que participaron en el levantamiento de la información, cabe señalar que los resultados obtenidos de este ejercicio, reflejan un momento en su observación durante el levantamiento, es decir, percepciones ciudadanas.

La presentación del proyecto de cartografía participativa tenía como objetivo conocer la opinión ciudadana relacionada al tema y conocer que áreas de oportunidad para el mejoramiento de los espacio públicos detectaban los usuarios, tomando como referencia los hallazgos que se obtuvieron de la aplicación del Modelo Conceptual de

Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, y se enlistaron de acuerdo a sus observaciones:

Presentación del proyecto de Cartografía Participativa



Fuente: <http://bit.ly/2ArM8Gg/> Fecha de consulta: 7 de noviembre de 2017

- Rehabilitación parque Pushkin
- Rehabilitación circular Morelia
- Promover el deporte en los espacios públicos (para toda la familia)
- Establecer huertos urbanos públicos
- Continuar con el pasaje cultural Álvaro Obregón sobre Morelia a la Romita
- Exposiciones y actividades para jóvenes en el Ramón López Velarde
- Arte urbano para rehabilitación espacios
- Deportivos públicos multifuncionales dignos. Ejemplo: alberca
- Seguridad en el parque Pushkin

- Más espacios culturales (parque Pushkin) perfecto para llevar a cabo eventos culturales
- Más espacios verdes y artísticos peatonales
- Mejoramiento y limpieza de Avenida Álvaro Obregón
- Más iluminación en los espacios
- Recuperar plazas y parques públicos con el Parque de Insurgentes s/Álvaro Obregón y Monterrey. (Jardín Juan Rulfo)

La importancia de la presentación del proyecto es el empoderamiento de los ciudadanos en la construcción de una Agenda Ciudadana, diseñada entre gobierno-ciudadanía, proponiendo líneas de acción que permitan el mejoramiento de la Colonia Roma.

Finalmente, se puede concluir que la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos es una herramienta útil para identificar áreas de oportunidad para mejorar el espacio público, analizar y diseñar programas con la ciudadanía, la autoridad, comerciantes y los usuarios de los espacios públicos para generar alianzas que permitan catalizar los diferentes barrios que constituyen a la Ciudad de México, a corto, mediano y largo con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus habitantes; siendo el diseño y estudios urbanos la disciplina que puede atender esta tendencia.

V. Conclusiones



Corredor Veracruz. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

5. Conclusiones

Las ciudades están tratando de desarrollar el conocimiento en los barrios para fomentar el crecimiento económico en la economía creativa. Actualmente en la Ciudad de México, las industrias culturales y creativas representan el 15.5% del PIB; por lo que la cultura y la creatividad son la piedra angular de las estrategias de las ciudades para el desarrollo local

De acuerdo a la metodología de estudio para el desarrollo de esta investigación , un primer paso fue la construcción de marco teórico a partir del concepto de carácter creativo, espacio público, y gestión urbana; en un segundo momento se realizó una análisis y revisión de 100 artículos académicos relacionados al objeto de estudio, que permitió una primera validación de la investigación, así como contar con un primer hallazgo relacionado a que la cultura y la creatividad son la piedra angular de las estrategias de las ciudades para el desarrollo local; el tercer momento derivó en una primera aproximación del modelo conceptual; lo que llevó a la configuración de dos casos de estudio. El primer caso de estudio a través de entrevistas a profundidad a expertos y una encuesta a los académicos autores de los 100 artículos de investigación que se habían revisado en el segundo momento de la investigación, es importante mencionar que dentro de la búsqueda de los artículos científicos, solo se identificaron dos artículos relacionados con América Latina, por lo que es un tema de relevancia actual, pero sobre el cual hay poco escrito en la región.

Los resultados de este primer caso de estudio derivó en una segunda propuesta al modelo conceptual, añadiéndose variables como población total por AGEB, uso de suelo, seguridad (señales de emergencia, botones de pánico y condiciones de visibilidad), población que habla una lengua indígena, personas que presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de tareas en la vida cotidiana, entre otras. El segundo caso de estudio fue el análisis de los espacios públicos de la Colonia Roma en la Ciudad de México, a través de la aplicación del Modelo

Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos.

La importancia de las ciudades como un espacio de concentración de la clase creativa (Florida,2002), propicia la dinamización de espacios con desarrollo económico y social, donde podrían encontrarse emprendedores, intelectuales, artistas, estudiantes, es decir, personas que pueden trabajar a través de un contexto abierto, generando nuevas perspectivas, nuevas ideas que permitan el desarrollo de las ciudades, convirtiéndolas en Ciudades Creativas. Al inicio de está investigación, la Red de Ciudades Creativas creada por la UNESCO en el 2004, estaba conformada por 29 ciudades en 18 países, hasta el 11 de noviembre de 2017, está constituida por 180 ciudades en 72 países, es decir, la Red creció seis veces más en los últimos 4 años; por lo que fomentar la creatividad en la resolución de problemas, podría suponerse que es la clave del desarrollo urbano sostenible para el S. XXI

Se realizó nuevamente la búsqueda en bases de datos científicas Web of Science, Jstor y Emerald, para conocer la pertinencia del tema en el período 2014 al 2017. La búsqueda inicio con las palabras clave *Creative Cities* y *Urban Management*,. La búsqueda arrojó 20,478¹ artículos científicos como se muestra en la Figura 5.1.

Figura 5.1. Revisión bibliométrica de los temas *Creative Cities* y *Urban Management* (2014-2017)

Base de datos	Web of Science		JSTOR		Emerald	
	<i>Creative Cities</i>	<i>Urban Management</i>	<i>Creative Cities</i>	<i>Urban Management</i>	<i>Creative Cities</i>	<i>Urban Management</i>
2017 ²	55	271	25	165	3284	1870
2016	50	267	94	271	2740	1578
2015	47	241	121	480	2281	1375
2014	42	187	196	1166	2166	1506

Fuente: Elaboración propia

¹ De los 20,478 artículos es necesario hacer una revisión de los artículos que tengan pertinencia con esta investigación.

² Revisión de artículos al 30 de noviembre de 2017.

Los diez de treinta países donde existe mayor producción científica relacionada al tema son Estados Unidos (25%), Inglaterra (10%), Italia (8%), Canadá (7%), Australia (7%), Alemania (7%), Holanda (5%), España (5%), China (3%) y Francia (2%). Por lo tanto, se puede concluir que los temas de investigación de ciudades creativas y gestión urbana siguen siendo pertinentes y que cada vez tiene mayor relevancia. Los países de América Latina que están desarrollando una producción científica relacionada al tema son Brasil (2%) y Argentina (1%); por lo que es un área de oportunidad para el desarrollo de próximas investigaciones en la región.

Partiendo del concepto de Ciudades Creativas; las ciudades y los espacios son importantes, porque de acuerdo a su configuración nos permitirán generar nuevas ideas a través de nuevas formas de comprender y hacer las cosas. Teniendo ciudades o espacios públicos que promuevan la creatividad, incrementará la calidad de vida de los habitantes, debido a la incorporación de la infraestructura, que podrá provocar mayor emprendimiento social, económico y cultural. Después de la revisión de diferentes enfoques, las ciudades están tratando de desarrollar el conocimiento en los distritos y/o barrios para fomentar el crecimiento económico en la nueva economía creativa

El espacio público está relacionado a la forma en que se va configurando la Ciudad y sus habitantes, al pasar del tiempo ha tenido una evolución que va desde el comercio hasta responder a las necesidades actuales de la sociedad. La práctica ciudadana en el desarrollo del patrimonio y bienes espaciales son vitales.

Desde una perspectiva complementaria, el espacio público como un indicador de la calidad de vida de sus habitantes, es una condición que nos permite evidenciar el bienestar de las personas en las ciudades, ya que es donde se ejercen las prácticas que contribuyen a la socialización, por lo que las características de estos espacios,

permean el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos y que inciden en la gestión urbana.

Por otro lado, es necesario hacer énfasis en que la administración urbana no es sinónimo de gestión urbana, ya que la administración urbana se basa en el control de la ocupación y de la provisión de algunos servicios básicos; por otro lado, la gestión urbana son las acciones de autoridad local y la ciudadanía para la planeación de las transformaciones urbanas; es decir, son las acciones generadas por gobierno y ciudadanía para garantizar la coordinación, ocupación, uso de suelo urbano, con el objetivo de planear a corto, mediano y largo plazo la forma en que se desarrolla la ciudad y potencializar su crecimiento.

Es importante destacar que al igual que en el concepto de espacio público, la gestión urbana debe de incorporar a la ciudadanía en los procesos decisorios, incorporando los intereses de la mayoría y debe desarrollarse de manera consensuada, reflejando las inquietudes de los habitantes de una determinada localidad.

Es necesario realizar un análisis más profundo de los espacios públicos, en especial en México y América Latina. La intención es poder aplicar el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los espacios públicos, que no sólo facilite gestionar los servicios en las ciudades, sino que también promueva la creatividad y el desarrollo local.

Acerca de la estancia de investigación, ésta permitió presentar y analizar el modelo de gestión urbana para la validación y mejora del modelo a través de las entrevistas con expertos, así como la pertinencia del desarrollo de esta investigación.

Con base en el primer estudio de caso, dentro de la categoría de movilidad y conectividad es importante que la configuración o reconfiguración de los espacios públicos se diseñen desde una perspectiva basada en los criterios del *Design For All*.

El espacio público y la tecnología se encuentran en una redefinición, ya que en ocasiones el ámbito virtual como las redes sociales se podría definir como el nuevo espacio público, por lo que éstas se han convertido en repositorios de información en tiempo real, así como alternativas de interfaces de comunicación entre ciudadanos y gobierno-ciudadanía.

En relación al objetivo de esta investigación sobre desarrollar un Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, partiendo de que es una representación o propuesta generada a partir del desarrollo metodológico y acerca del proceso de la interacción creatividad y espacio público; se puede decir que cumplió con su planteamiento; por lo que el impacto de la creatividad desde la perspectiva económica en las ciudades es un recurso económico clave para el desarrollo de la sociedad, con la finalidad de que permitan incrementar la calidad de vida de los habitantes de la Ciudad de México

Los hallazgos producto de la aplicación del modelo, no solo fueron útiles para la ejecución de esta investigación, sino para el desarrollo de una Agenda Ciudadana 2015-2018, que tiene como objetivo ejercer la participación Ciudadana para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Colonia Roma a través del diseño estratégico regional. Es importante resaltar la participación ciudadana que permita a través de la gestión urbana la reconfiguración de espacios públicos, no solo en la parte financiera, sino en la participación de los ciudadanos, por ejemplo, los Comités Vecinales que coadyuven en el desarrollo de acciones estratégicas para generar redes que permitan dinamizar la zona.

En relación a la pertinencia de desarrollar modelos de gestión urbana que sean útiles para fomentar la creatividad, las repuestas están vinculadas a que la creatividad y la innovación están relacionadas con el ambiente urbano, por lo que valida la necesidad de generar un modelo como el que se propone en esta investigación.

El Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, puede ser aplicado por la ciudadanía, autoridades y cualquier usuario de espacios públicos que busque impulsar el diseño y el carácter creativo en su región; por lo que de aprobarse esta investigación, el modelo y las herramientas que se utilizaron en este trabajo podrán ser de uso abierto. Actualmente el modelo conceptual está en línea³ y al 14 de agosto de 2017 ha recibido más de 350 visitas.

Las futuras líneas de investigación se enfocan a dos de los hallazgos obtenidos durante la investigación; uno es el paradigma de abordar el estudio de los espacios públicos y de la ciudad a través de una dimensión social, como el diseño colaborativo, teniendo como eje transversal la participación ciudadana acompañando a los distintos niveles de gobierno para generar estrategias de mejoramiento promoviendo el carácter creativo; el segundo es el diseño estratégico para el desarrollo local, que a partir de la apertura y diversidad de los usuarios en los espacios públicos, parta de perfiles heterogéneos hacia perfiles que permitan la colaboración e integración de los usuarios, que puedan ser capaces de identificar y poder generar valor e incrementar el desarrollo regional, mejorar la calidad de vida de sus habitantes, que permita conformar líneas transdisciplinarias con el objetivo de generar innovación social, dando respuesta a las principales problemáticas del país.

Durante la parte final del desarrollo de este trabajo, acontecieron los sismos del 7 y 19 de septiembre de 2017, este último afectó de manera importante a la Colonia Roma en la Ciudad de México, espacios públicos como la Plaza Río de Janeiro, Plaza Luis Cabrera, Parque Pushkin, Plaza Madrid, Corredor Álvaro Obregón, Corredor Durango, y las Canchas de Orizaba cambiaron su uso de acuerdo a las necesidades del entorno urbano; por lo que los resultados de la aplicación del Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos se sugiere sean considerados para la reconstrucción de la Colonia.

³ <https://azc-uam.academia.edu/SueAndrade>

VI. Bibliografía



Juan Rulfo. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

Alvarez, M (2010) *Creative cities and cultural spaces: new perspectives for city tourism*, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 4 Issue: 3, Pp.171-175.

Asheim, B. & Hansen, Høgni. (2009). *Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden*. Economic Geography - ECON GEOGR. Volume 85. Pp 425-442.

Atkinson, R. & Easthope, Hazel. (2009). *The Consequences of the Creative Class: The Pursuit of Creativity Strategies in Australia's Cities*. International Journal of Urban and Regional Research. Volume 33. Pp 64-79.

Bahar Durmaz, Stephen Platt, Tan Yigitcanlar, (2010) *Creativity, culture tourism and place-making: Istanbul and London film industries*, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 4 Issue: 3, Pp.198-213.

Ball, D. J. and Ball-King, L. (2013), *Safety Management and Public Spaces: Restoring Balance*. Risk Analysis, Volume 33. Pp. 763–77.

Baker S. Andy Bennett, ShaneHoman (2008), *Cultural Precincts, Creative Spaces*. *Space and Culture*, Vol 12, Issue 2, Pp. 148 -165.

Banks, M. (2013) *Creative cities, counter-finance and the aesthetics of exchange: Copenhagen's artmoney project*, In *Cities*, Volume 33, 2013, Pp. 36-42.

Barnes, K & Waite, Gordon & Gill, Nicholas & Gibson, Chris. (2006). *Community and Nostalgia in Urban Revitalisation: A critique of urban village and creative class strategies as remedies for social 'problems'*. Australian Geographer. Volume 37. Pp. 335-354.

Bastian Lange, Ares Kalandides, Inga Wellmann, Bernhard Krusche, (2010) *New urban governance approaches for knowledge-based industries in multiplicities: Comparing two cases of large inner-city developments in Graz and Berlin*, Journal of Place Management and Development, Vol. 3 Issue: 1, Pp. 67-88.

Baycan-Levent, T (2009). *Diversity and Creativity as Seedbeds for Urban and Regional Dynamics*. European Planning Studies - EUR PLAN STUD. 18

Bayliss, Darrin. (2007). *The Rise of the Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen*. European Planning Studies - EUR PLAN STUD. Volume 15. Pp. 889-903.

Bonet L. , François Colbert, André Courchesne (2011) *From Creative Nations to Creative Cities: An example of center–periphery dynamic in cultural policies*, In *City, Culture and Society*, Volume 2, Issue 1, Pp. 3-8.

Borén, T. and Young, C. (2013), Getting Creative with the ‘Creative City’? Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37: 1799–1815.

Borja, J (2013) *Revolución Urbana y Derechos Ciudadanos*. Barcelona. Alianza Editorial.

Borja, J y Zaida Muxí (2004) (eds) *Urbanismo en el Siglo XXI*. Barcelona, Arquitect

Borja, J y Zaida Muxí (2000) *Espacio Público y Ciudadanía*. Barcelona, Electa

Borja, J y Manuel Castells (1997) *Local y global: la gestión de las ciudades en la era de la información*. Barcelona, Taurus

Boschma, R & Fritsch, Michael. (2009). *Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries*. *Economic Geography - ECON GEOGR*. Volume 85. Pp. 391-423.

Carmona, M & De Magalhaes, Claudio & Hammond, L. (2008). *Public space: The management dimension*. *Public Space: The Management Dimension*. Pp. 1-232.

Carvalho L & Tuijl, Erwin & van Haaren, Jeroen. (2013). *Developing Creative Quarters in Cities: Policy lessons from “Art and Design City Arabianranta, Helsinki*. *Urban Research & Practice*. Volume 6. Pp. 211-218

CEPAL (2003). *Gestión urbana para el desarrollo sostenible de América Latina*

Cetindamar, D. & Günsel, Ayşe. (2012). *Measuring the Creativity of a City: A Proposal and an Application*. *European Planning Studies - EUR PLAN STUD*. 20. 1-18.

Clifton, N. & Cooke, Philip. (2007). *The ‘Creative Class’ In The UK*. *Regions: The Newsletter of The Regional Studies Association*.

Coulomb, R. (1993). *La participación de la población en la gestión de los servicios urbanos: ¿ privatización o socialización*. Azuela, Antonio, coord. y Duhau, Emilio, coord. *Gestión urbana y cambio institucional*. México, Universidad Autónoma Metropolitana.

Comunian, R. (2011). Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy. *Urban Studies*. Volume 48. Pp. 1157-1179.

Costa P, Miguel Magalhães, Bruno Vasconcelos & Gustavo Sugahara (2008) *A discussion on the governance of 'Creative Cities': Some insights for policy action*. Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography Vol. 61 , Iss. 3,2007

Csikszentmihalyi (1996). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona. Paidós.

Della Corte, V and Giuseppina Zamparelli, Roberto Micera, (2013) *Innovation in tradition-based firms: dynamic knowledge for international competitiveness*, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 16 Issue: 4, Pp.405-439.

Didier, S., Peyroux, E. And Morange, M. (2012), *The Spreading of the City Improvement District Model in Johannesburg and Cape Town: Urban Regeneration and the Neoliberal Agenda in South Africa*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36: 915–935

Eger, John M. *Building Creative Communities: The Role of Art and Culture* (2006). *The Futurist*; Volume .2 . Pp18-22.

Ellet, William (2007). *The Case Study Handbook*, Harvard Business School Press. USA.

European Commission (2008). 2009: The European Year of Creativity and Innovation. http://ec.europa.eu/education/lifelong-learningpolicy/doc56_en.htm. Fecha de consulta: 24 de noviembre 2015.

Evans, Graeme. (2009). *Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy*. *Urban Studies*. 46.

Florida, R. (2002) *Las Ciudades Creativas*. España. Paidós.

Garcia B, (2004) *Developing futures: a knowledge-based capital for Manchester*, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 8 Issue: 5, Pp.47-60.

García-Doménech, S. (2015). *Urban aesthetics and social function of actual public space: A desirable balance*. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*. Volume10. Pp. 54-65.

Gert-Jan H, Roy van Dalm, (2005) *How to create a creative city? The viewpoints of Richard Florida and Jane Jacobs*, Foresight, Vol. 7 Issue: 4, Pp.8-12.

Giménez, Gilberto (2012) *El problema de la generalización en los estudios de caso*, Cultura y representaciones sociales, Año 7, Número 13. Pp. 40-62

Gordon MacLeod, MartinJonesGordon MacLeod, MartinJones (2011). *Renewing Urban Politics*. Urban Studies .Vol 48, Issue 12, Pp. 2443 – 2472.

Grazian, D. (2009). *Urban Nightlife, Social Capital, and the Public Life of Cities*. Sociological Forum, Volume 24(4), Pp 908-917

Grodach, C. (2011) *Art Spaces in Community and Economic Development: Connections to Neighborhoods, Artists, and the Cultural Economy*, Journal of Planning Education and Research, Vol 31, Issue 1, Pp. 74 – 85.

Grodach, C. (2012a) *Before and After the Creative City: the politics of urban cultural policy in Austin TX*, Journal of Urban Affairs, Vol 34, Issue 1, Pp 81-97.

Grodach, C. (2013), *Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice*. Int J Urban Reg Res, 37: 1747–1765

Goldberg M, Edna Pasher, Maya Levin-Sagi, (2006) *Citizen participation in decision-making processes: knowledge sharing in knowledge cities*, Journal of Knowledge Management, Vol. 10 Issue: 5, Pp.92-98.

Guía para el diseño de espacios públicos seguros. Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). México, 2014

Guilford, J. P. (1962). *Creativity: Its measurement and development*. In J. J. Parnes and H. F. Harding (eds.) *A source book for creative thinking*. New York: Scribners.

Krätke, S. (2011). *The Creative Capital of Cities: Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*. Wiley-Blackwell.

Hall, P. (2002). *Cities of Tomorrow: An Intellectual History of Urban Planning and Design in the Twentieth Century*. Oxford. Blackwellpublishing.

Habermas, J. (1986). *Teoría de la acción comunicativa : complementos y estudios previos*. Ciudad de México, Rei.

Harvey, David (2013) *Rebel Cities From the Right to the City to the Urban Revolution*. London. New Left Books.

Heebels, B. and van Aalst, I. (2010), *Creative Clusters In Berlin: Entrepreneurship And The Quality Of Place In Prenzlauer Berg And Kreuzberg*. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography, Volume 92. Pp. 347–363.

Hideaki S, *From red light district to art district: Creative city projects in Yokohama's Kogane-cho neighborhood*, In *Cities*, Volume 33, 2013, Pp. 77-85.

Higgins, M., & Reeves, D. (2006). *Creative Thinking in Planning: How Do We Climb Outside the Box?* *The Town Planning Review*, Volume 77(2), Pp. 221-244.

Hiroshi O, Danny Samson (2010), *Cultural urban branding and creative cities: A theoretical framework for promoting creativity in the public spaces*, In *Cities*, Volume 27, Supplement 1, Pp. S10-S15.

Hospers, Gert-Jan. (2003). *Creative cities: Breeding places in the knowledge economy*. *Knowledge, Technology & Policy*. Volume 16. Pp. 143-162.

Howell, O. (2005). *The "Creative Class" and the Gentrifying City: Skateboarding in Philadelphia's Love Park*. *Journal of Architectural Education*. Volume 59(2), Pp. 32-42.

Huston S, Clive Warren, (2013) *Knowledge city and urban economic resilience*, *Journal of Property Investment & Finance*, Vol. 31 Issue: 1, Pp.78-88.

Kapareliotis I, Anastasios Panopoulos, George G. Panigyrakis, (2010) *The influence of the Olympic Games on Beijing consumers' perceptions of their city tourism development*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 22 Issue: 1, Pp. 90-100.

Kourtit, K., Nijkamp, P., & Arribas-Bel, D. (2012). *Smart cities in perspective – a comparative European study by means of self-organizing maps*. *Innovation*, Volume 25(2), Pp. 229-246.

Kozlowski M, S. Huston, (2008) *Influence of urban design master plans on property sub-markets: two case studies in Brisbane*, *International Journal of Housing Markets and Analysis*, Vol. 1 Issue: 3, Pp. 214-230

Landry, P. (2008) *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Standford, Routledge.

Leif Edvinsson, (2006) *Aspects on the city as a knowledge tool*, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 10 Issue: 5, Pp.6-13.

Lee, Y. (2012). *Global Urban Frontiers through Policy Transfer?: Unpacking Seoul's Creative City Programs*. Urban Studies. Volume 49. Pp. 2817-2837.

Leslie, D. and Catungal, J. P. (2012), Social Justice and the Creative City: Class, Gender and Racial Inequalities. *Geography Compass*, Volume 6, Pp. 111–122.

Licea de Arenas, J. & Georgina Santillán. (2002). *Bibliometría ¿para qué?. Biblioteca Universitaria Nueva Época*. Volumen 5. Pp. 3-10

Lorenzen, M. & Andersen, Kristina. (2009). *Centrality and Creativity: Does Richard Florida's Creative Class Offer New Insights into Urban Hierarchy?*. *Economic Geography - ECON GEOGR*. Volume 85. Pp. 363-390

Lorentzen, A. (2012), *The experience turn of the Danish periphery: The downscaling of new spatial strategies*. *European Urban and Regional Studies*. Vol 20, Issue 4, Pp. 460 – 472.

Lund H, Anders & Andersen, Hans & Clark, Eric. (2001). *Creative Copenhagen: Globalization, Urban Governance and Social Change*. *European Planning Studies - EUR PLAN STUD*. Volume 9. Pp. 851-869.

Lysgård, H. (2012). *Creativity, Culture and Urban Strategies: A Fallacy in Cultural Urban Strategies*. *European Planning Studies - EUR PLAN STUD*. 20. Pp. 1-20.

Maija F, Liisa Tyrväinen (2013), *A framework for evaluating and designing collaborative planning*, In *Land Use Policy*, Volume 34, Pp. 332-341

Martí-Costa, M & Miquel, Marc. (2012). The knowledge city against urban creativity? Artists' workshops and urban regeneration in Barcelona. *European Urban and Regional Studies - EUR URBAN REG STUD*. Volume 19. Pp. 92-108.

Masayuki S (2010), *Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study*, In *Cities*, Volume 27, Supplement 1, Pp. S3-S9

Marušić, Barbara. (2017). How Conducive Are Urban Public Open Spaces To Social Inclusion?

Matheson B, (2006) *A culture of creativity: design education and the creative industries*, *Journal of Management Development*, Vol. 25 Issue: 1, Pp. 55-64.

Méndez, R & Michelini, Juan & Prada, Jose & Tebar, Jesus. (2012). *Creative economy and urban development in Spain: an approach to their spatial patterns*. *EURE. Revista latinoamericana de estudios urbano regionales*. Volume 38. Pp. 5-32.

Mercedes, F & Carolina, Q.E.. (2009). *Re-creating urban public space. A policy to build city and citizenship in Venezuela*. Revista de Ciencias Sociales (Venezuela). Volume 15. Pp. 89-111.

M. José Rodríguez, Carmen Guzmán, (2013) Innovation in social economy firms, Management Decision, Vol. 51 Issue: 5, Pp. 986-998.

Musterd, S & Gritsai, Olga. (2013). *The creative knowledge city in Europe: Structural conditions and urban policy strategies for competitive cities*. European Urban and Regional Studies. 20. Pp. 343-359

Lanz, S. (2013), *Be Berlin! Governing the City through Freedom*. Int J Urban Reg Res, 37:1305–1324.

Lilliendahl L, Morten Elle, Birgitte Hoffmann, Peter Munthe-Kaas, (2011) *Urbanising facilities management: the challenges in a creative age*, Facilities, Vol. 29 Issue: 1/2, Pp.80-91.

Low, S. (1996). *The Anthropology of Cities: Imagining and Theorizing the City*. Annual Review of Anthropology, Volume 25, Pp. 383-409.

Lucarelli A, Per Olof Berg, (2011) *City branding: a state-of-the-art review of the research domain*, Journal of Place Management and Development, Vol. 4 Issue: 1, Pp.9-27.

NACCCE (National Advisory Committee on Creative and Cultural Education) (1999). *All Our Futures: Creativity, Culture and Education*. London: DFEE

Nevens, F. & Frantzeskaki, Niki & Gorissen, Leen & Loorbach, Derk. (2013). *Urban Transition Labs: Co-creating transformative action for sustainable cities*. Journal of Cleaner Production. Volume 50. Pp. 111-122.

Nicolini, E. & Rita Pinto, Maria. (2013). *Strategic Vision of a Euro-Mediterranean Port City: A Case Study of Palermo*. Sustainability. Volume 5. Pp.3941-3959
Nissen, Sylke. (2008). *Urban Transformation From Public and Private Space to Spaces of Hybrid Character*. Sociologicky Casopis. 4

Oliveira, C. and Breda-Vázquez, I. (2012), *Creativity and Social Innovation: What Can Urban Policies Learn from Sectoral Experiences?*. International Journal of Urban and Regional Research, Vol 36: 522–538

Parkman I, Samuel S. Holloway, Helder Sebastiao, (2012) *Creative industries: aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity*, Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, Vol. 14 Issue: 1, Pp. 95-114.

Peck, J. (2012), *Recreative City: Amsterdam, Vehicular Ideas and the Adaptive Spaces of Creativity Policy*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 36: 462–485.

Pratt, A. C. (2008), *Creative Cities: The Cultural Industries And The Creative Class*. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, Volume 90. Pp. 107–117.

Pruijt, H (2012), *Culture Wars, Revanchism, Moral Panics and the Creative City. A Reconstruction of a Decline of Tolerant Public Policy: The Case of Dutch Anti-squatting Legislation*, *Urban Studies*, Vol 50, Issue 6, Pp. 1114 – 1129.

Polèse, M. (2012). *The Arts and Local Economic Development: Can a Strong Arts Presence Uplift Local Economies? A Study of 135 Canadian Cities*. *Urban Studies*. Vol. 49. Issue 8, Pp. 1811 – 1835.

Qian, H. (2013). *Diversity Versus Tolerance: The Social Drivers of Innovation and Entrepreneurship in US Cities*. *Urban Studies*. Volume 50. Pp. 2718-2735.

Rich M. A. (2013), *From Coal To Cool”: The Creative Class, Social Capital, And The Revitalization Of Scranton*. *Journal of Urban Affairs*, Volume 35: Pp. 365–384.

Rodríguez Estrada Mauro (1995) *Psicología de la creatividad*. Editorial Pax. Mexico.

Rodríguez Estrada Mauro (2009) *Manual de creatividad: los procesos psíquicos y el desarrollo*. México. Editorial Trillas.

Rodríguez Pascual (2005) *El arco creativo: una aproximación a una teoría unificada de la creatividad*. Santander. Universidad de Cantabria.

Romeiro, P. & Méndez, Ricardo. (2008). *Las ciudades del conocimiento: revisión crítica y posibilidades de aplicación a las ciudades intermedias*. *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Volume 12. Pp. 1-22.

Rosenberg, E. (1996). *Public Works and Public Space: Rethinking the Urban Park*. *Journal of Architectural Education*. Volume 50(2), Pp. 89-103

Santos, L& Martins, Isabel. (2007). *Monitoring Urban Quality of Life: The Porto Experience*. *Social Indicators Research*. Volume 80. Pp. 411-425.

Sassen, S. (2009). *Cities Today: A New Frontier for Major Developments*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 626, Pp. 53-71.

Sepe Marichela, Giovanni Di Trapani, (2010) *Cultural tourism and creative regeneration: two case studies*, International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol. 4 Issue: 3, Pp. 214-227,

Steven White D and Angappa Gunasekaran, Matthew H. Roy, (2014) *Performance measures and metrics for the creative economy*, Benchmarking: An International Journal, Vol. 21 Issue: 1, Pp.46-61.

Scott, A. J. (2010), *Cultural Economy And The Creative Field Of The City*. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography, Volume 92, Pp115–130.

Shih C. W., Sherwin & J. Nicholls, Robert. (2007). *Urban Managed Realignment: Application to the Thames Estuary, London*. Journal of Coastal Research - J COASTAL RES. 23. Pp. 1525-1534.

Short, J., Benton, L., Luce, W., & Walton, J. (1993). *Reconstructing the Image of an Industrial City*. Annals of the Association of American Geographers, Volume 83(2), Pp. 207-224.

Siemiatycki, E. (2013), *A Smooth Ride? From Industrial to Creative Urbanism in Oshawa, Ontario*. Int J Urban Reg Res, Volume 37. Pp. 1766–1784.

Stam, E & P.J. De Jong, Jeroen & Marlet, Gerard. (2008). *Creative industries in the Netherlands: Structure, development, innovativeness and effects on urban growth*. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography. Volume 90. Pp. 119 – 132.

Stock, W. (2011). *Informational Cities: Analysis and Construction of Cities in the Knowledge Society*. JASIST. Volume 62. Pp. 963-986.

Tan Yigitcanlar, (2009) *Planning for knowledge-based urban development: global perspectives*, Journal of Knowledge Management, Vol. 13 Issue: 5, Pp. 228-242.

Teillac-Deschamps P, Romain Lorrillière, Véronique Servais, Virginie Delmas, Antoine Cadi, Anne-Caroline Prévot-Julliard (2009), *Management strategies in urban green spaces: Models based on an introduced exotic pet turtle*, In Biological Conservation, Volume 142, Issue 10, Pp. 2258-2269.

Flew, T(2010) *Toward a cultural economic geography of creative industries and urban development : introduction to the special issue on creative industries and urban development*. The Information Society, Volume 26(2), Pp. 85-91.

Tubadji A, (2012) *Culture-based development: empirical evidence for Germany*, International Journal of Social Economics, Vol. 39 Issue: 9, Pp.690-703

Velásquez, Luz (1996) *Gestión urbana en ciudades medianas selección en América Latina, caso Manizales*. Santiago de Chile. CEPAL

Yin, Robert (2003). *Investigación sobre estudio de casos*. SAGE Publications. Londres

Yonn D (2013), *Smart city-regionalism across Seattle: Progressing transit nodes in labor space?*, In Geoforum, Volume 49, 2013, Pp. 139-149.

Zenker, Sebastian. (2009). *Who's Your Target? The Creative Class as a Target Group for Place Branding*. Journal of Place Management and Development

Zenker Sebastian Suzanne C. Beckmann, (2013) *My place is not your place – different place brand knowledge by different target groups*, Journal of Place Management and Development, Vol. 6 Issue: 1, Pp. 6-17.

Ziccardi, Alicia (2004) *Claves para el análisis de la participación ciudadana y las políticas sociales del espacio local*. Ziccardi, Alicia, coord. Participación ciudadana y las políticas sociales del espacio local. México. Universidad Nacional Autónoma de México

Zukin, Sharon (1995). *The Cultures of the Cities*. Massachussets. Blackwell

Fuentes electrónicas

<http://www.nomismae.net/>- Fecha de consulta: 3 de noviembre de 2012

<http://www.unesco.org/es/guia-industrias-culturales> - Fecha de consulta: 31 de julio de 2017

<http://www.canieti.org/Libraries/audio/EPiedras>
[Nomismae Estudio Gran Vision v02 1.sflb.ashx](http://www.canieti.org/Libraries/audio/EPiedras/Nomismae_Estudio_Gran_Vision_v02_1.sflb.ashx). Fecha de consulta: 3 de agosto de 2017

VII. Anexos



Plaza Villa Madrid. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

Urban Management Proposal and the transformations of Public Space that promote creativity

The first step of my study consisted on finding and reading already existing papers and articles on the subject, in this way, I have reviewed one hundred papers that have been published over the last five. The key words for the research were: *creative cities* and *urban management*.

This proposal was developed using the following data bases: JSTOR, EMERALD, and WEB OF SCIENCE, during last november 2013. Some variables have been adopted from Projects for Public Spaces (PPS¹), which have a methodology to measure the quality of public spaces.

Additionally as part of the research strategy, I started the fieldwork last february in Mexico City and Barcelona, Spain.

The urban management model that is proposed for this research, is a representation generated from the methodological development about the process of public-space, and the correlation between creativity and economical development. The model aims to make predictions about the behavior and analyze its possible consequences such as gentrification, creative industries, and social development

Urban Management Model
Proposal by Sue Andrade



The model proposes seven categories to evaluate public spaces, and probably increase economic development.

Categories:

1.Availability and Connectivity

Connectivity with the environment must be visible both, at a distance and closely. As well as providing security, connectivity accommodates a number of shops and

¹ Project for Public Spaces (PPS) is a nonprofit planning, design and educational organization dedicated to helping people create and sustain public spaces that build stronger communities

spaces around that become more lit and safe, rather than having abandoned or vacant lots.

Indicators that may be used:

Urban density, traffic, urban transport, pedestrian activity and zoning.

2. Institutional Environment

Public spending stimulates investment in culture and rehabilitation of public spaces.

Indicators that may be used:

Public policy, Federal and local government operating expenditures on culture, private finance investment, urban rehabilitation investment.

3. Comfort and image

Variable elements on safety, cleanliness, and availability of seating spaces are incorporated.

Indicators that may be used:

Crime index, security, pollution, quiet space, green area and urban identity.

4. Openness and diversity

Openness and diversity promote multiculturalism and inclusion of minorities. Arts and cultural activities are more diverse.

Indicators that may be used:

Population, minority group, cultural offer, citizen participation in urban planning, and cultural diversity.

5. Uses and activities

Activities are basic elements for building a space; it must be built around a goal which it was built for. The space utilization is the reason for people to access the site, and to return.

Indicators that may be used:

Local trade, land-use planning, land value, gentrification, and neighborhood sustainability.

6. Cultural Environment

The space has cultural investment; ideally museums, concert halls, cinemas and other cultural places would be located nearby.

Indicators that may be used:

Arts and cultural investment, theaters, halls cinemas, museums, galleries and open door theaters are in the neighborhood.

7. Sociability

The space through its use generates a stronger sense of identity and community.

Indicators that may be used:

Users (children, young people, women, men, seniors), social network, volunteering, friendly place and nightlife.

Thank you for your time in Reading this proposal. However please feel free to add or suggest new categories or indicators



Urban Management

andrade.sue@gmail.com <andrade.sue@gmail.com>
Para: andrade.sue@gmail.com

20 de julio de 2014, 23:5

If you have trouble viewing or submitting this form, you can fill it out online:
https://docs.google.com/forms/d/1oO-CuNFUAYMuO6C7v5C8ly5iCbhY64Kx18tHy8N7JgY/viewform?c=0&w=1&usp=mail_form_link

Urban Management

Dear Researcher,
I am currently studying a design Ph.D specializing on Urban Studies in the Universidad Autónoma Metropolitana (Metropolitan Autonomous University) located in Mexico City. I am researching the existing models of Urban Management and the transformations of Public Space. The first step of my study consisted on finding and reading already existing papers and articles on the subject, thus I came across your contact details, as you have written on this topic.

The research I have already carried out, point out to a strong correlation between the economical development of countries and regions and the encouragement of creativity; as a matter of fact, creativity is the deciding factor of knowledge-based economies, creativity allows innovation capacity growth and economic development revitalization. With these thoughts in mind several and diverse urban initiatives have been identified to create public spaces that generate and promote social creativity, and in turn positively affect a country or regional development. All these initiatives have in common a strong urban management, which allowed both, the inhabitants and the governments, to create development-boosting strategies.

I have designed a management model; I kindly request your valuable help to improve this model and take part in this Urban Management study. Please answer the following questions and fill out the correlation, please feel free to add any comment or advice you may have. I will also be very grateful if you may suggest an author that I could also contact, or a book, a study or article that I ought to read.

All of the information is considered confidential and will only be used for academic purposes. Please contact me at: andrade.sue@gmail.com or sueandrade@correo.azc.uam.mx

Note 1. If you want more information on the study, please click here to have access to a more detailed version of this introduction letter. <https://drive.google.com/file/d/0B9AlI-Z9j0p-c2dQUGFobm12Tmc/edit?usp=sharing>

Note 2. If you want to know more about my Academic and professional experience, and about the papers I have written either individually or as a co-author, please click here: <https://azc-uam.academia.edu/SueAndrade>

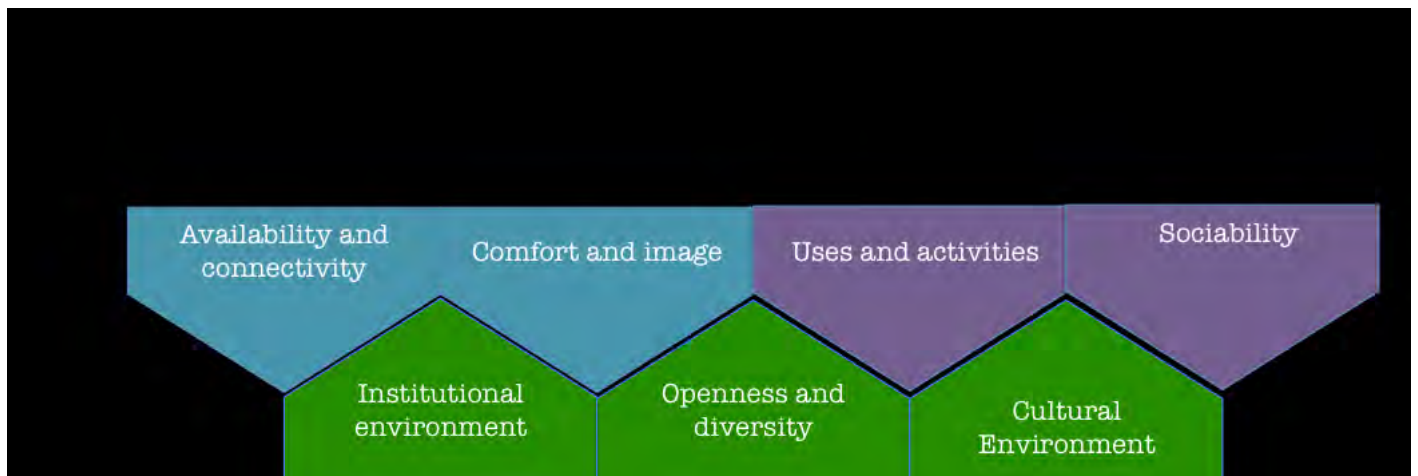
Based on your experience. How would you define Urban Management?

Do you consider necessary to generate urban management models that encourage creativity?

Please choose the variables that you consider are correlated.

You can select more than an option in each category.

Urban Management Model Proposal by Sue Andrade



Availability and Connectivity

Connectivity with the environment must be visible both, at a distance and closely. As well as providing security, connectivity accommodates a number of shops and spaces around that become more lit and safe, rather than having blank or vacant lots.

- Comfort and image
- Uses and activities
- Sociability
- Openness and diversity
- Cultural environment
- Institutional environment
- Other:

Comfort and image

Variable elements on safety, cleanliness, and availability of seating spaces are incorporated.

- Availability and connectivity
- Uses and activities
- Sociability
- Openness and diversity
- Cultural Environment
- Institutional Environment
- Other:

Use an activities

Activities are basic elements for building a space; it must be built around a goal which it was built for. The space utilization is the reason for people to access the site, and to return.

- Availability and Connectivity
- Comfort and image
- Sociability
- Openness and diversity
- Cultural environment
- Institutional environment
- Other:

Sociability

The space through its use generates a stronger sense of identity and community.

- Availability and Connectivity
- Comfort and image
- Uses and activities
- Openness and diversity
- Cultural Environment
- Institutional Environment
- Other:

Openness and diversity in the space

Open and diverse promotes multiculturalism and inclusion of minorities. Arts and cultural activities will also be more diverse.

- Availability and Connectivity
- Comfort and image
- Uses and activities
- Sociability
- Openness and diversity
- Cultural Environment
- Institutional Environment
- Other:

Cultural Environment

If the space has cultural investment, there will be museums, concert halls, cinemas and other cultural places.

- Availability and connectivity
- Comfort and image
- Uses and activities
- Sociability
- Openness and diversity
- Institutional environment
- Other:

Institutional Environment

If public spending stimulates investment in culture and rehabilitation of public spaces

- Availability and Connectivity
- Comfort and image
- Uses and activities
- Sociability
- Openness and diversity
- Cultural environment
- Other:

Please feel free to add another category

Please feel free to add another category

Please feel free to add another category

Suggestions and comments

Thank you

Never submit passwords through Google Forms.

Powered by
 Google Forms

This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

Características de los espacios públicos de la Colonia Roma donde fue aplicado el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos.



La colonia Roma cuenta con 11 espacios públicos reconocidos como parques y plazas, a continuación se describen sus características.

1. Juan Rulfo (AGEB- 1093)

Ubicación: Avenida Insurgentes, Monterrey y Álvaro Obregón

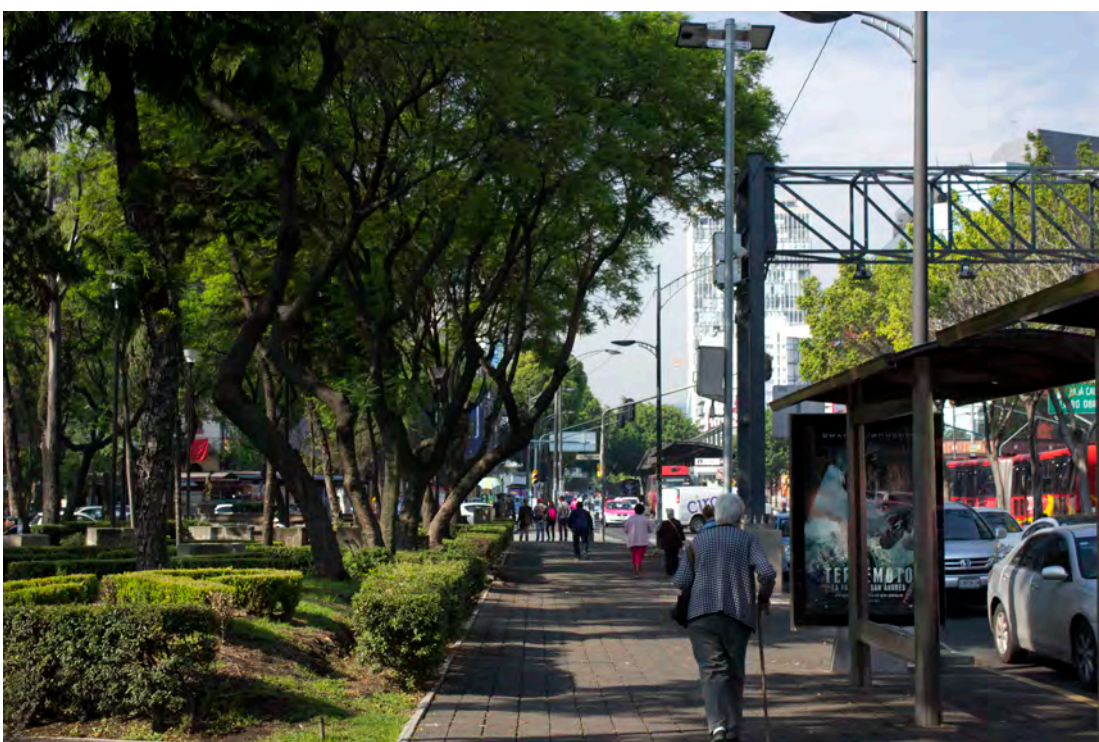
Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 1'274.28 m²

El jardín Juan Rulfo fue nombrado por el escritor mexicano, autor de *El llano en llamas* (1953), *Pedro Paramo* (1955), entre otros. En el jardín se puede apreciar un busto del escritor, que data de 1987, de acuerdo a la Secretaria de Turismo de la Ciudad de México.

Este espacio público es un jardín en medio de vías primarias, por lo que su acceso no es sencillo. El jardín tiene la característica de estar construido en nivel descendente, en el centro está una fuente, y bancas para descanso de los usuarios

Fotografías espacio público Juan Rulfo



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

Su ubicación permite estar rodeado de comercios, bancos y restaurantes.

Es usual que se coloquen limpia parabrisas en la esquina del jardín colindante con Avenida Monterrey.

Cuenta con diversas alternativas de transporte público, como son: ecobici; metrobús: Álvaro Obregón, Insurgentes; metro: Insurgentes; en caso de asistir a través de un vehículo particular, el espacio esta rodeado por una zona de parquímetros y estacionamientos públicos cercanos.

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado el jardín Juan Rulfo, cuenta con una población total de 1253 habitantes (658 femenino y 595 masculino), alrededor cuenta con 627 viviendas, de las cuales 535 están habitadas y 73 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 9% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$33,000.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta; las condiciones de construcción del espacio no son las idóneas, es de los pocos espacios que cuenta con un letrero de identificación, no tiene una relación histórica con los usuarios, cuenta con mobiliario de acuerdo al uso del espacio pero no se da un servicio de mantenimiento por lo que se ve deteriorado, las rampas de acceso no se encuentran bien construidas, los contenedores de basura se encuentran por temporadas ya que suelen ser robados, y la limpieza del espacio es deficiente.

La iluminación del espacio es deficiente por las noches, aunado a que la construcción es hacia abajo, por lo que no se puede apreciar fácilmente todo el entorno, los usuarios procuran no utilizar este espacio, ya que se percibe un ambiente de inseguridad y no cuenta con un señalamiento donde se indique donde solicitar ayuda en una situación de emergencia.

El jardín Juan Rulfo cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, en este espacio no se desarrollan actividades culturales, aunado a que el espacio cuenta con comités ciudadanos preocupados por su rehabilitación, y esta rodeado de oficinas gubernamentales, cafeterías, restaurantes, bancos; por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para la rehabilitación del espacio público.

2. Plaza Río de Janeiro (AGEB-1002)

Ubicación: Calle Durango y Orizaba. Roma Norte, Ciudad de México.

Superficie: 12'050.67 m²

La **Plaza Río de Janeiro** fue construida en 1903 a la par de la fundación de la Colonia Roma; al inicio fue nombrada como Parque Roma, después cambio a Parque Orizaba, y en 1922 por iniciativa de José Vasconcelos para conmemorar el centenario de la Independencia de Brasil, se cambio a *Plaza Río de Janeiro*

Es uno de los espacios públicos más emblemáticos de la Colonia Roma. En el centro de la Plaza, y desde 1976 se encuentra una fuente y una replica de la escultura de Miguel Ángel. La Plaza esta equipada con área de juegos para niños, y ciclovía.

Fotografías espacio público Plaza Río de Janeiro





Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

Este espacio está rodeado de escuelas de educación básica y superior, casas habitacionales, restaurantes y galerías; y de manera cercana el centro religioso La Sagrada Familia. Cuenta con diversas alternativas de transporte público como son: ecobici; metrobús: Durango, Insurgentes; metro: Insurgentes; en caso de asistir a través de un vehículo particular, el espacio está rodeado por una zona de parquímetros y estacionamientos públicos cercanos.

De acuerdo a la AGEB donde está ubicada la Plaza Río de Janeiro, cuenta con una población total de 2396 habitantes (1,553 femenino y 1383 masculino), alrededor cuenta con 1492 viviendas, de la cuales 1139 están habitadas y 222 son viviendas deshabitadas. El 21% de sus habitantes son adultos mayores, y el 10% es menor a los 14 años. El 4% de sus habitantes hablan una lengua indígena y español, el 3% de las personas presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. El valor promedio de los bienes inmuebles en esta zona es de \$31,752.00 mxn por m² (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal y la estancia e interactividad entre los usuarios es alta; cuenta con un letrero de identificación y se ha construido una relación histórica con los usuarios y visitantes en el espacio, ya que los vecinos de más de 60 años suelen sentarse alrededor de la fuente y contar historias de la Plaza a los visitantes, o bien, intercambian relatos entre ellos se relatan.

En cuanto al mobiliario, cuenta bancas, un área de juegos infantiles, una fuente al centro, usualmente utilizada por animales domésticos; contenedores de basura que suelen ser insuficientes, ya que vecinos a la Plaza llevan los residuos que se generaron en sus casas. En cuanto al encarpetao del piso es difícil en unas secciones por su trazado, por lo que los vecinos del espacio han propuesto a la Territorial Roma-Condesa, un cambio para que sea nivelado y poder transitar de manera sencilla. Cuenta con rampas para minusválidos en los diferentes accesos a la Plaza.

Existe abundante vegetación en el espacio y de diferentes especies, si bien, la plaza cuenta con infraestructura diversa y vegetación que permite la inclusión de los distintos usuarios, un aspecto a señalar es que asisten personas con sus mascotas y no hay un área especial, lo que en ocasiones genera un poco de molestia con los usuarios porque la vegetación, la fuente y los alrededores son apropiados por las mascotas.

La iluminación del espacio es satisfactoria, sin embargo el crecimiento de la vegetación genera arbustos que obstruyen la visibilidad, lo que tiene solución si se le da mantenimiento; a pesar de esta situación la Plaza Río de Janeiro siempre cuenta con usuarios en todo momento; su ubicación es cercana con teatros, museos, galerías, salas de cine, restaurantes, cafeterías, tiendas de ropa, tiendas de artesanías, oficinas públicas y privadas; en este espacio se desarrollan diversas actividades culturales al año, y todos los fines de semana es un espacio utilizado por la asociación de Scouts.

El espacio cuenta con Comités Ciudadanos que vigilan que el espacio se encuentre en buenas condiciones, y tienen una comunicación cercana con la autoridad territorial. Sería recomendable al ser una plaza que tiene una fuerte afluencia de niños y personas de la tercera edad, el generar una red que permita preservar el valor histórico del espacio y comunicarlo a las generaciones futuras.

3. Plaza Luis Cabrera (AGEB-1106)

Ubicación: Calle Orizaba entre Guanajuato y Zacatecas. Roma Norte, Ciudad de México.

Superficie: 4,862.31 m²

La **Plaza Luis Cabrera** antes *Plaza Ajusco*, se encuentra ubicada en la calle de Orizaba. Su nombre se debe al escritor, ensayista, poeta Luis Cabrera (1876-1954) también político miembro del gobierno de Venustiano Carranza durante la Revolución.

Es una plaza pública rodeada de casas habitacionales, escuelas privadas, cafeterías y restaurantes. Durante enero de 2015 fue rehabilitado el adoquín de la plaza. La plaza cuenta con exposiciones de arte temporales a cargo de la galería Terreno Baldío.

Cuenta con diversas alternativas de transporte público como son: ecobici; metrobús Álvaro Obregón y Dr. Márquez; metro Hospital General; es una zona de estacionamiento libre, hay la presencia de franeleros y estacionamientos públicos cercanos.

Fotografías del espacio público Plaza Luis Cabrera



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

La Plaza Luis Cabrera cuenta con la zona de influencia que incluye a las AGEB 1106, 1110 y 1214; por lo que cuenta con una población total de 10'667 habitantes, alrededor cuenta con 4,816 viviendas, de las cuales 3980 están habitadas, 836 son viviendas deshabitadas, el resto son terrenos baldíos. El 29% de sus habitantes son adultos mayores, y el 18% es menor a los 14 años. El 7.5% de sus habitantes hablan una lengua indígena y español, el 4.7% de las personas presentan alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. El valor promedio de los bienes inmuebles en esta zona por m² es de \$31,900.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido es medio, sin embargo, la actividad peatonal así como la presencia de usuarios es alta; cuenta con un letrero de identificación que pone en manifiesto la relación histórica de su nombre, así como una serie de recomendaciones para una convivencia con armonía. Es común en esta Plaza encontrar alguna exposición de arte que sea un motivo para conversar con conocidos y desconocidos. Cerca de este espacio, se encuentra la Universidad de la Comunicación, donde la iniciativa CoVE realizaba el proyecto *Súmate Presencial*, una iniciativa a manera de charla casual, se presentaban los vecinos antiguos y nuevos con los proyectos que realizaban en la Colonia Roma, el objetivo de estos encuentros era generar una comunidad y comunicar lo que estaba sucediendo en la Roma; esta iniciativa contó con un espacio en la radio por internet de la Universidad.

En relación al mobiliario cuenta con bancas, contenedores de basura que suelen ser insuficientes. En 2015 se cambió el encarpado de la Plaza y se mejoraron las rampas de acceso. Existe una abundante vegetación, en el 2014 hubo una plaga de muérdago que fue atendida por los Vecinos de la zona, con el objetivo de erradicarlo y que no se extendiera, por lo que la vegetación está en constante revisión; en ese mismo año, la fuente de la Plaza fue reparada a través del Comité Vecinal Roma III, quienes recaudaron fondos para su rehabilitación, y gestionaron los permisos necesarios para que volviera a funcionar.

Al igual que la Plaza Río de Janeiro, la Plaza Luis Cabrera es muy concurrida por los vecinos que tienen mascotas, lo que ha ocasionado deterioro en las mamparas de exposición.

El Comité Vecinal Roma III ha representado a sus vecinos con compromiso, ya que también han gestionado que los usos de suelo, zonificación y los espacios públicos mantengan el objetivo por el que fueron construidos o planeados.

La iluminación del espacio es satisfactoria al igual que la vigilancia del espacio, ya que en ocasiones hay la presencia de la policía para que los usuarios se sientan más tranquilo de lo que pasa en el lugar; en relación al mantenimiento los vecinos contactan a la Territorial Roma Condesa a través de redes sociales o de manera presencial, con el objetivo de notificar las necesidades de recolección de basura o de mantenimiento al agua de la fuente.

La Plaza Luis Cabrera está rodeada de galerías, museos, teatros, cines, oficinas, restaurantes, cafeterías, y centros Universitarios como la Casa Galván de la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad de Londres y la Universidad de la Comunicación, estas dos ultimas se han involucrado en generar una comunidad con los vecinos, documentar el valor histórico del espacio y comunicarlo.

En este espacio se desarrollan diversas actividades culturales, y las exposiciones en el espacio público han estado dedicadas a el arte y las industrias creativas, así como campañas de conciencia social, y cuentan con inversión privada para su realización, en colaboración con comités ciudadanos que preservan el espacio y en pro de la convivencia social

4. Plaza El Lanzador (AGEB-1110)

Ubicación: Antonio Anza y Orizaba. Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 351m²

Plaza el lanzador se encuentra ubicada en la calles de Antonio Anza y Orizaba, frente a la oficina de la Tesorería de la Ciudad de México.

Este espacio tiene la característica que los fines de semana se lleva a cabo el Mercado el 100, creado en octubre de 2010 con una filosofía basada en cinco valores: local, sano, rico, justo y limpio . Es el primer mercado orgánico y ecológico de productores locales en la Ciudad de México, quienes se encuentran ubicados en un perímetro no mayor a 160 kilómetros a la redonda, es decir, a 100 millas, de ahí su nombre: El 100.

Fotografías del espacio público Plaza El Lanzador





Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: Mayo 2015

En sus alrededores cuenta con multifamiliares, oficinas de gobierno, hospitales y las canchas Deportivas.

Cuenta con diversas alternativas de transporte público, como son: ecobici; metrobús: Centro México, Dr. Marquez; metro: Centro Médico. Al igual que la Plaza Luis Cabrera, cuenta con franeleros y estacionamientos públicos cercanos.

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado Plaza El Lanzador, cuenta con una población total de 5,904 habitantes (3,167 femenino y 2,737 masculino), existen 2,643 viviendas, de las cuales 2205 están habitadas y 292 son viviendas deshabitadas. El 10% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$28,370.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido es alto, mientras que la actividad peatonal es baja, ya que a pesar de ser una plaza no cuenta con el mobiliario necesario para el uso

del espacio, no cuenta con un letrero de identificación ni una relación histórica con los usuarios, es conocido por el mercado del 100 que se instala los domingos.

La iluminación del espacio es deficiente por las noches, por lo que no se puede apreciar fácilmente todo el entorno, los usuarios procuran no utilizar este espacio por las noches, ya que se percibe un ambiente de inseguridad y no cuenta con un señalamiento donde se indique donde solicitar ayuda en una situación de emergencia.

Plaza el Lanzador cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio no se desarrollan actividades culturales, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para la rehabilitación y apropiación del espacio público

5. Circular Morelia (AGEB- 1017)

Ubicación: Morelia s/n, esq. con Puebla. Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 1,773 m²

Circular Morelia es un espacio público que está acondicionado con un pequeño foro para la presentación de teatro o música con capacidad para 200 personas.

Cuenta con áreas verdes y bancas de descanso, entre semana es posible encontrar a oficinistas que trabajan alrededor del mismo y lo ocupan para tomar sus alimentos.

El acceso para este espacio público a través del transporte público como son: ecobici; metrobús: Cuauhtémoc; metro: Cuauhtémoc; el acceso a través de vehículos particulares existe la presencia de estacionamientos públicos cercanos y parquímetros.

Fotografías del espacio público Circular Morelia



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de Captura: mayo 2015

De acuerdo a la AGEB donde está ubicado Circular Morelia, cuenta con una población total de 5,041 habitantes (2,650 femenino y 2,391 masculino), existen 2,297 viviendas, de las cuales 1907 están habitadas y 264 son viviendas deshabitadas. El 10% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana, y el 1% habla una lengua indígena y español. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$30,978.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta; las condiciones de construcción están relacionadas al uso del espacio que es un teatro al aire libre, no cuenta con el mantenimiento necesario, ni con una señalización de identificación del espacio, contenedores de basura, la iluminación del espacio es deficiente por las noches, y la limpieza del espacio requiere mayor atención.

Circular Morelia, cuenta con museos, galerías y salas de cine cercanas, a pesar de ser un espacio destinado al teatro actividades al aire libre, no se llevan a cabo de manera constante; por lo que se recomienda trabajar en conjunto con la Ciudadanía para un plan de rehabilitación y apropiación del espacio por parte de los usuarios.

6. Garibaldi (AGEB- 1017)

Ubicación: Avenida Chapultepec y Guayma. Roma Norte, Ciudad de México.

Superficie: 614m²

Es un espacio dedicado a Giuseppe Garibaldi (1807-1882), que fue el impulsor de la unificación de Italia.

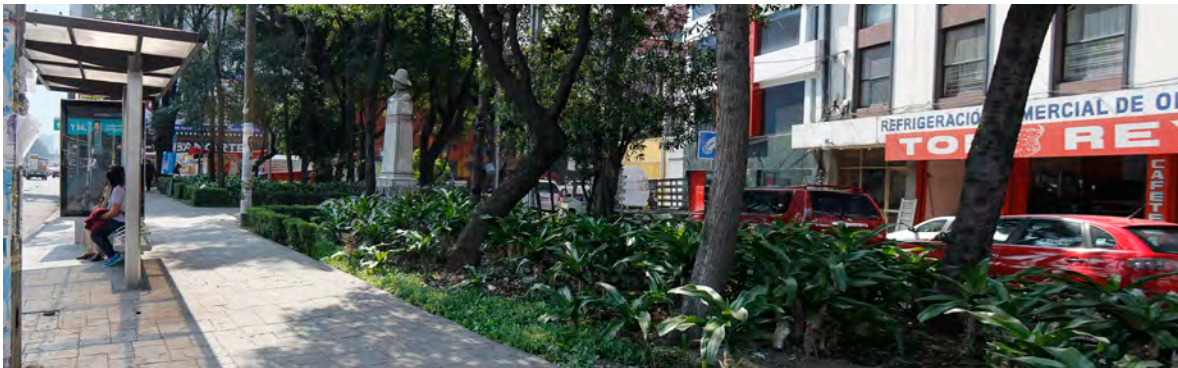
En la parte anversa del busto de Giuseppe se puede leer:

*Ai bravi ufficiali combattenti
della Libertà Messicana
rimanda una parola d'amicizia
e di speranza.
il loro fratello
G. Garibaldi.*

*A los buenos oficiales combatientes
por la libertad mexicana
envío una palabra de amistad y de
esperanza.
Su hermano
G. Garibaldi*

Este espacio es un jardín en medio de vías primarias, Cuahémoc y Chapultepec. Su ubicación es un acceso a la Colonia Roma, ya que se encuentra en la periferia de la localidad. Es un espacio pequeño, rodeado de casas habitación y comercio.

Fotografías del espacio público Garibaldi





Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: Mayo 2015

A pesar de encontrarse en una vía primaria, la alternativa de transporte público es a través del metrobús: Cuauhtémoc. Al igual que Circular Morelia, se encuentran en la misma AGEB, por lo que cuenta con una población total de 5,041 habitantes (2,650 femenino y 2,391 masculino), existen 2,297 viviendas, de las cuales 1907 están habitadas y 264 son viviendas deshabitadas. El 10% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana, y el 1% habla una lengua indígena y español. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$30,978.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

A pesar de su privilegiada ubicación, aunado a que el tráfico vehicular y la actividad peatonal son altos, no cuenta con un mobiliario urbano propio al espacio, ni con una placa de identificación, ni con contenedores de basura; la iluminación y

su buena visibilidad del espacio permite tener un panorama completo de lo que sucede en su entorno.

Cuenta con comercios, restaurantes, teatros, salas de cines, museos y galerías cercanos, pero no hay una relación de histórica y de identidad de los usuarios con el espacio, así como la falta de actividades culturales en este; por lo que es recomendable la generación de un proyecto de rehabilitación integral que permita a los usuarios la apropiación de este espacio.

7. Parque Jardín Alexander Pushkin (AGEB- 1017)

Ubicación: Avenida Cuauhtémoc, Colima y Morelia. Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 17,064 m²

El nombre del jardín hace referencia a Alexander Pushkin (1799-1837), quien fue un escritor, dramaturgo y novelista ruso. Entre sus obras se *destacan Boris Godunov, El convidado de piedra, Oda a la libertad*, entre otras.

Es el segundo parque más grande de la Colonia Roma. Tiene áreas de juegos infantiles, bancas para descansar, canchas de frontón, sanitarios públicos, módulo de seguridad y una biblioteca.

A partir del mes de Febrero de 2015, cuenta con un área de 400 m² acondicionada especialmente para perros y con una capacidad máxima de hasta 35 mascotas.

Anteriormente este jardín era tomado por un tianguis dominical, después de muchos esfuerzos y diálogo entre comerciantes, ciudadanos y autoridades fue reubicado en Niños Heroes en la Colonia Doctores, cerca de los Tribunales del Poder Judicial de la Ciudad de México

Fotografías del Espacio Público Jardín Pushkin



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

Para acceder a través de transporte público Jardín Pushkin puede ser a través de: ecobici; metrobús: Jardín Pushkin; metro: Cuahémoc; está rodeado de una zona de parquímetros y hay opciones de estacionamientos públicos.

Al igual que Circular Morelia y Garibaldi, se encuentran en la misma AGEB, por lo que cuenta con una población total de 5,041 habitantes (2,650 femenino y 2,391 masculino), existen 2,297 viviendas, de las cuales 1907 están habitadas y 264 son viviendas deshabitadas. El 10% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana, y el 1% habla una lengua indígena y español. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$30,978.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal y la estancia e interactividad entre los usuarios es alta; cuenta con un letrero de identificación y se ha construido una relación histórica con los usuarios y visitantes en el espacio.

En cuanto al mobiliario, cuenta bancas, un área de juegos infantiles, una zona especial para perros y contenedores de basura. En cuanto al encarpelado del piso se hizo una propuesta para que sea nivelado y poder transitar de manera sencilla. Cuenta con rampas para minusválidos en sus diferentes accesos.

Existe abundante vegetación en el espacio y de diferentes especies, si bien, la plaza cuenta con infraestructura diversa y vegetación.

La iluminación del espacio es satisfactoria, sin embargo el crecimiento de la vegetación podría generar ramas que puedan obstruir la visibilidad, lo que tiene solución si se le da mantenimiento; su ubicación es cercana con teatros, museos, galerías, salas de cine, restaurantes, cafeterías, tiendas de ropa, tiendas de artesanías, oficinas públicas y privadas; en este espacio se desarrollan pocas actividades culturales al año, y los fines de semana es un espacio utilizado por la asociación de Scouts.

El espacio cuenta con Comités Ciudadanos que vigilan que el espacio se encuentre en buenas condiciones, y tienen una comunicación cercana con la autoridad territorial.

Sería recomendable que el espacio contará con señalamientos de apoyo para emergencias y reportar áreas que requieran mantenimiento, así como incentivar a los vecinos de esta zona a la preservación de su espacio público.

8. Parque Ramón López Velarde (AGEB- 138A)

Ubicación: Avenida Cuauhtémoc, Antonio Anza, Orizaba.

Superficie: 64'261.80 m²

Está ubicado en lo que anteriormente era el Estadio Nacional (1923-1949) y posteriormente fueron unidades habitacionales (1949-1985), y habrían quedaron dañadas por el terremoto de 1985, y actualmente está frente al Centro Médico S. XXI.

Recibe el nombre, por el poeta mexicano Ramón López Velarde autor del poema *Suave Patria*.

Es el espacio público más grande de la Colonia Roma. Cuenta con áreas de juegos infantiles, cancha de basketball, área para practicar skateboarding, ejercitadores, y una biblioteca. Los fines de semana, en el acceso de avenida Cuauhtémoc se pone un tianguis llamado *Bazarte Obregón*, que ofrece variedad gastronómica, cosméticos, antigüedades, ropa de paca, entre otros objetos.

Durante el 2014, la delegación invirtió \$3'000,000 mxn en el cambio de luminarias, limpieza y rehabilitación de fuentes y retiro de árboles muertos.

Fotografías del espacio público Parque Ramón López Velarde



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici

metrobús: Centro Médico y Dr. Marquez; metro: Centro Médico. Este espacio se encuentra en una zona donde es muy solicitado los espacios de estacionamiento, ya que se encuentra frente al hospital, sin embargo, hay una plaza comercial a lado que cuenta con espacio de estacionamiento público.

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado el parque Ramón López Velarde, cuenta con una población total de 630 habitantes (348 femenino y 282 masculino), alrededor cuenta con 293 viviendas, de las cuales 262 están habitadas y 22 son viviendas deshabitadas. El 14% de sus habitantes son adultos mayores, el 7% de la población es menor de 14 años. El 17% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 1%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$21,140.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a la presencia de los hospitales, por las que en ocasiones es ocupado como sala de espera de los familiares que tienen a una persona en el hospital; las condiciones de construcción del espacio son diversas, ya que algunas áreas parecen estar en mejores condiciones que otras, es de los pocos espacios que cuenta con un letrero de identificación, pero no tiene una relación histórica con los usuarios, salvo que se construyó después del terremoto de 1985; cuenta con mobiliario de acuerdo al uso del espacio pero no se da un servicio de mantenimiento por lo que se ve deteriorado, las rampas de acceso no se encuentran bien construidas, y este parque tiene el mayor número de usuarios que requiere de tener condiciones apropiadas de accesibilidad; la limpieza del espacio es deficiente.

La iluminación del espacio es deficiente por las noches, aunado a que cuenta con un gran número de vegetación y árboles, por lo que no se puede apreciar fácilmente todo el entorno, los usuarios procuran no utilizar este espacio por la noche, ya que se percibe un ambiente de inseguridad y no cuenta con un

señalamiento donde se indique donde solicitar ayuda en una situación de emergencia.

El parque Ramón López Velarde cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio se desarrollan muy pocas actividades culturales, sería recomendable el desarrollo de un proyecto con los vecinos, comerciantes del bazar de fin de semana y las autoridades, generar un proyecto que permita la rehabilitación del espacio, y generar mayor número de actividades culturales que permitan la preservación del espacio y generar una comunidad.

9. Remanente Tonalá y Querétaro (AGEB- 1214)

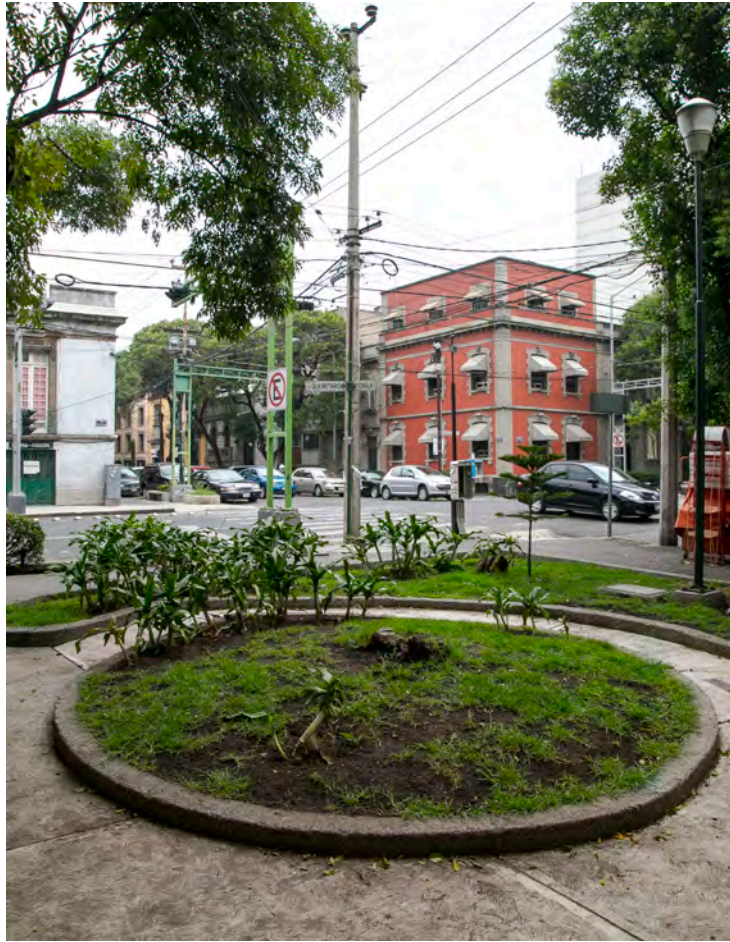
Ubicación: Querétaro y Tonalá. Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 425 m²

Ubicado en la esquina de Tonalá y Querétaro, este espacio cuenta áreas verdes pequeñas, y bancas. Este espacio surge posterior al terremoto de 1985, ya que en este espacio había multifamiliares que colapsaron.

El acceso para este espacio público a través del transporte público como son: ecobici; metrobús: Sonora; el acceso a través de vehículos particulares existe la presencia de estacionamientos públicos cercanos.

Fotografía del espacio público Remanente Tonalá y Querétaro





Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: Mayo 2015

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado el Remanente Tonalá y Querétaro, cuenta con una población total de 2636 habitantes (1,373 femenino y 1,263 masculino), alrededor cuenta con 1,273 viviendas, de las cuales 1,045 están habitadas y 163 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 1%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$35,600.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a que se encuentra en vías primarias y su cercanía a los hospitales de la zona. Las condiciones de construcción del espacio son diversas, ya que algunas áreas parecen estar en mejores condiciones que otras, no cuenta con un letrero de identificación, tampoco tiene una relación histórica con los usuarios, salvo que se

construyó después del terremoto de 1985; las rampas de acceso no se encuentran bien construidas.

La iluminación del espacio es adecuada por las noches y se puede apreciar fácilmente todo el entorno, cuenta con vegetación y árboles, este espacio es utilizado por un sitio de taxis.

El remanente de Tonalá y Querétaro cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, sería recomendable el desarrollo de un proyecto en conjunto con los vecinos, comerciantes aledaños y las autoridades, que permita el uso del espacio, para generar mayor número de usuarios, así como desarrollar actividades culturales que permitan la preservación del espacio y generar una comunidad.

10. Jardín Edith Sánchez (AGEB- 1214)

Ubicación: San Luis Potosí, Yucatán. Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 457 m²

Este jardín esta dedicado a la activista Edith Sánchez Ramírez, quien apoyo a los damnificados en la obtención de una vivienda después del terremoto de 1985.

Es un parque de bolsillo ubicado en la esquina de Tonalá y San Luis Potosí, este espacio cuenta con bancas de descanso y áreas verdes pequeñas. Suele usarse como un espacio de descanso para los transeuntes. En el año 2014 se rehabilitó este espacio con inversión privada.

Fotografía del espacio público Jardín Edith Sánchez





Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura mayo 2015

El acceso para este espacio público es a través del transporte público como son: ecobici; metrobús: Sonora; el acceso a través de vehículos particulares existe la presencia de estacionamientos públicos cercanos.

Al igual que el Remanente Tonalá y Querétaro el Jardín Edith Sánchez, pertenecen a la misma AGEB, cuenta con una población total de 2636 habitantes (1,373 femenino y 1,263 masculino), alrededor cuenta con 1,273 viviendas, de las cuales 1,045 están habitadas y 163 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 1%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$35,600.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alto debido a la rehabilitación del espacio; cuenta con un letrero de identificación que pone en manifiesto la relación histórica con su nombre.

En la rehabilitación del parque se utilizaron materiales sustentables como eco concreto, en cuanto al mobiliario cuenta con bancas, contenedores de basura, un área de juegos infantiles, mesas de picnic, así como rampas de acceso.

La iluminación del espacio es adecuada y se puede apreciar fácilmente todo el entorno, cuenta con vegetación y árboles, los contenedores de basura son insuficientes para este espacio.

El Jardín Edith Sánchez cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, este espacio tiene como objetivo el descanso de los transeúntes y vecinos, es custodiado por los vecinos, sería recomendable generar un proyecto de integración con los comerciantes de los alrededores y las autoridades, de tal forma que se preserve este espacio.

11. Plaza Villa Madrid (AGEB-0998)

Ubicación: Calle Durango y Oaxaca. Roma Norte, Ciudad de México.

Superficie: 6,360m²

Este espacio público fue creado en el S. XIX en lo que era la intersección de las antiguas calzadas de acceso a la familia de la Condesa de Miravalle, debajo de la plaza se localizaba el pozo Pimentel que servía como fuente secundaria de agua potable en la Colonia Roma.

En 1980 se cambió el nombre por Plaza Villa Madrid, y fue colocada la fuente de la Cibeles, que es una copia exacta a la original en Madrid, España; donada por los residentes españoles que vivían en México, como símbolo de hermandad entre la comunidad española y mexicana.

Es uno de los espacios públicos más emblemáticos de la Colonia Roma. Usualmente la fuente es invadida por aficionados españoles y mexicanos para la celebración de las victorias del fútbol Español. Durante 2014 la SEDUVI y la AEPDF se invirtieron 20 millones de pesos en su rehabilitación.

Fotografía del espacio público Plaza Villa Madrid



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura mayo 2015

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici, metrobús: Durango e Insurgentes; metro: Insurgentes; en caso de acceder en vehículo privado esta la opción de zona de parquímetros y estacionamiento públicos.

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado la Plaza Villa Madrid, cuenta con una población total de 3,040 habitantes (1,541 femenino y 1499 masculino), alrededor cuenta con 1481 viviendas, de las cuales 1243 están habitadas y 194 son viviendas deshabitadas. El 7% de sus habitantes son adultos mayores, el 9% de la población es menor de 14 años. El 5% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 6%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$33,600.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a presencia de restaurantes y comercios, es una plaza famosa por la fuente y es visitada por turistas, es debido a lo anterior, que las condiciones de construcción del espacio y de mantenimiento son revisadas continuamente; a pesar de no contar con un letrero de identificación es popularmente conocida como *la Cibeles*, y tiene una relación histórica con los usuarios; el encarpetao de la Plaza es a nivel por lo que la accesibilidad, así como la limpieza del espacio son apropiadas.

La iluminación del espacio y la visibilidad del entorno son optimas, la vegetación tiene un mantenimiento continuo, así como la limpieza del agua de la fuente.

La Plaza Villa Madrid cuenta con teatros, museos, galerías, salas de cine cercanas, restaurantes y comercio, así como un bazar de fin de semana que se pone a un costado de la Plaza; en este espacio no se desarrollan actividades culturales, ya que es utilizado como una plaza de convivencia entre los usuarios y turistas.

Canchas Deportivas



Los espacios públicos evaluados en la Colonia Roma solo existe un área para el desarrollo ex profeso de actividades deportivas, y este se encuentra hacia el final del Corredor de Orizaba, en este apartado se presentan las características de este espacio.

12. Canchas Deportivas Orizaba (AGEB-1110)

Ubicación: Avenida Orizaba y Huatampo

Longitud: 2.1 kms

Son un conjunto de espacio deportivo que se ubica en la calle de Orizaba y Huatambo. Cuenta con canchas de futbol, basketball y juegos infantiles

Este espacio ha estado en constantes proyectos para su rehabilitación del espacio a través de iniciativas que permitan la interacción entre los vecinos y los artista, como es el arte urbano.

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici
metrobús: Hospital General; metro: Hospital General.

Al igual que la Plaza El Lanzador, se encuentran en la misma AGEB, cuenta con una población total de 5,904 habitantes (3,167 femenino y 2,737 masculino), existen 2,643 viviendas, de las cuales 2205 están habitadas y 292 son viviendas deshabitadas. El 10% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$28,370.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido es alto, mientras que la actividad peatonal es baja, cuenta con mobiliario de acuerdo al objetivo por el que fue construido, no cuenta con un letrero de identificación ni una relación histórica con los usuarios, se han desarrollado diversas iniciativas ciudadanas para su rehabilitación, que han funcionado, ya que poco a poco hay más usuarios para su utilización

La iluminación del espacio es deficiente por las noches, por lo que no se puede apreciar fácilmente todo el entorno.

Al igual que Plaza el Lanzador cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio no se han desarrollado actividades culturales de manera paulatina, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para la rehabilitación y apropiación del espacio público

Glorietas



En los espacios públicos evaluados en la Colonia Roma en las categorías donde se aplicó el Modelo Conceptual de Gestión Urbana para el Análisis del Carácter Creativo de los Espacios Públicos, se consideraron a las glorietas de Insurgentes y Chilpancingo, que son utilizadas para los cambios modales de la zona. Es importante señalar que la Glorieta de Insurgentes al estar en el límite territorial de la Colonia Roma y la Colonia Juárez, comparte la AGEB que se utilizó para analizar este espacio público.

13. Glorieta de Insurgentes (AGEB-095A)

Ubicación: Insurgentes, Puebla, Chapultepec. Roma Norte, Ciudad de México

Superficie: 15,148 m²

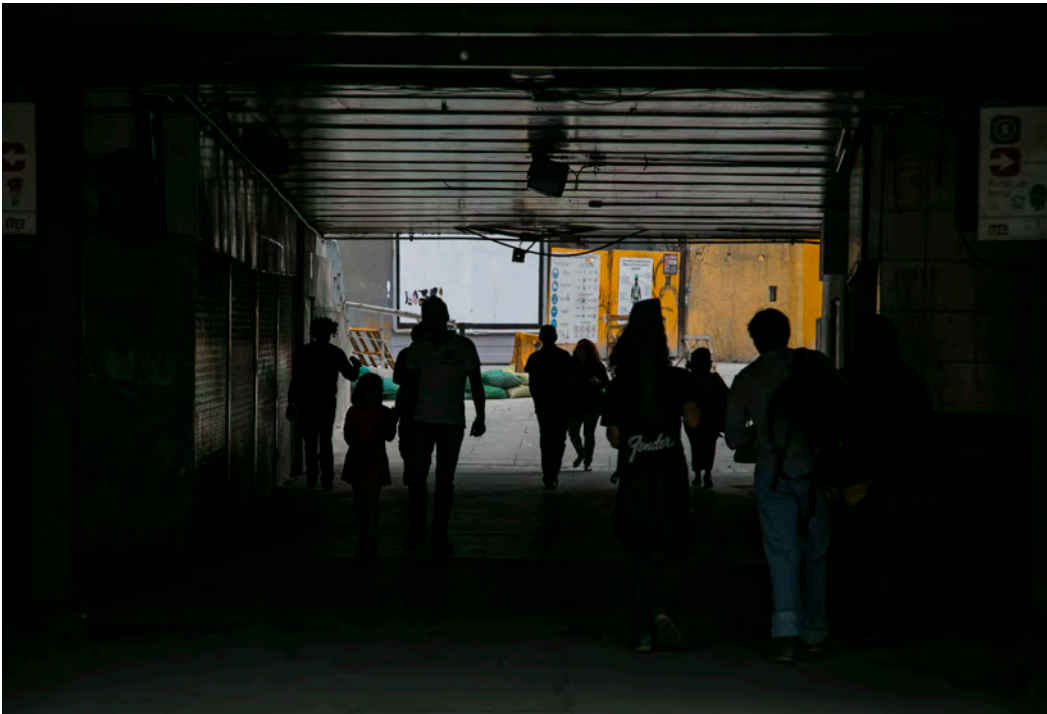
Es un corredor que inicia en la calle de Veracruz hasta Avenida Cuauhtémoc.

Por su ubicación, cruza importantes espacios como la Plaza Villa Madrid, Palacio de Hierro Durango, y Avenida Insurgentes. Cuenta con una ciclo pista desde Plaza Villa Madrid y hasta Orizaba (Plaza Río de Janeiro)

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici metrobús:Durango; metro: Insurgentes.

En este espacio público, la zona de influencia se considero las cinco AGEB donde se ubica el Corredor Durango, cuenta con una población total de 14,573 habitantes (7,568 femenino y 7,005 masculino), alrededor cuenta con 7,014 viviendas, de las cuales 5,772 están habitadas y 934 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 13% de la población es menor de 14 años. El 5% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 2%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$50,600.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

Fotografías del espacio público Glorieta de insurrectos



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado en Glorieta Insurgentes, cuenta con una población total de 1,165 habitantes (549 femenino y 616 masculino), alrededor cuenta con 659 viviendas, de las cuales 468 están habitadas y 140 son viviendas deshabitadas. El 7% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 2% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 2%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$32,180.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a que es un espacio público de cambio modal, las condiciones de construcción del espacio y de mantenimiento no son las adecuadas, ya que no se le da mantenimiento al mobiliario y la vegetación se encuentran descuidados, otros aspecto es que no tiene una relación histórica con los usuarios.

La iluminación del espacio en los túneles de acceso es deficiente por el día y por las noches, por lo que no se puede apreciar fácilmente el entorno.

La Glorieta de Insurgentes cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, en este espacio se desarrollan pocas actividades culturales de manera constante, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para la rehabilitación y apropiación del espacio público a través de la cultura, y su mejoramiento en infraestructura, acondicionarla con contenedores de basura, señales de apoyo para emergencia, mejorar la visibilidad y el cuidado de la vegetación, así como una adecuada señalización para que se le de mantenimiento.

14. Glorieta de Chilpancingo (AGEB-1430)

Ubicación: Insurgentes, Quintana Roo, Chilpancingo. Roma Sur, Ciudad de México

Superficie: 1,475 m²

La Glorieta de Chilpancingo fue construida alrededor de dos conjuntos habitacionales entre 1937 y 1939, diseñados por el arquitecto mexicano Francisco J. Serrano

Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici
metrobús: Chilpancingo; metro: Chilpancingo

Es un espacio de conexión entre la Colonia Roma Sur e Insurgentes, alrededor del espacio está la presencia de locales informales de comida.

Fotografías del espacio público Glorieta de Chilpancingo





Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

De acuerdo a la AGEB donde esta ubicado la Glorieta de Chilpancingo, cuenta con una población total de 1,102 habitantes (603 femenino y 499 masculino), alrededor cuenta con 684 viviendas, de las cuales 496 están habitadas y 145 son viviendas deshabitadas. El 8% de sus habitantes son adultos mayores, el 7% de la población es menor de 14 años. El 1% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 1%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$35,000.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

Al igual que la Glorieta de Insurgentes, el tráfico vehicular al igual que la actividad peatonal es alta debido a que es un espacio público de cambio modal, las condiciones de construcción del espacio y de mantenimiento no son las adecuadas, ya que no hay un proyecto de mantenimiento del espacio, y tampoco se ha desarrollado un proyecto que preserve la relación histórica con los usuarios y sus habitantes

Este espacio público no cuenta con el mobiliario de acuerdo a su uso, ya que solo cuenta con un par de bancas y una fuente al centro, no cuenta con contenedores

de basura, y las luminarias son escasas, por lo que no se puede apreciar fácilmente el entorno. En cuanto a la vegetación, es necesario darle mantenimiento, ya que puede presentar riesgos fitosanitarios para los usuarios y los habitantes.

La Glorieta de Chilpancingo cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio no se desarrollan actividades culturales, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para la rehabilitación y apropiación del espacio público a través de la cultura y su relación histórica con los habitantes y los usuarios; y que dentro de este proyecto se incluye el mejoramiento de su mobiliario, acondicionarla de contenedores de basura, señales de apoyo para emergencia, mejorar la visibilidad y el cuidado de la vegetación, así como una adecuada señalización para que se le de mantenimiento.

Corredores



En esta sección se describen las características de los espacios públicos evaluados correspondiente a los cinco corredores que conforman a la Colonia Roma.

15. Durango (AGEB-1089, 1093, 0998, 1002, 1017)

Ubicación: Avenida Veracruz a Avenida Cuauhtémoc, Roma Ciudad de México

Longitud: 2.180 km

Es un corredor que inicia en la calle de Veracruz hasta Avenida Cuauhtémoc. Por su ubicación, cruza importantes espacios como la Plaza Villa Madrid, Palacio de Hierro Durango, y Avenida Insurgentes. Cuenta con una ciclo pista desde Plaza Villa Madrid y hasta Orizaba (Plaza Río de Janeiro) Cuenta con diferentes alternativas de transporte público, como son: ecobici metrobús:Durango; metro: Insurgentes

Fotografías del espacio público Corredor Durango



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

En este espacio público se tomaron como referencia las cinco AGEB donde se encuentra el Corredor Durango, cuenta con una población total de 14,573 habitantes (7,568 femenino y 7,005 masculino), alrededor cuenta con

7,014 viviendas, de las cuales 5,772 están habitadas y 934 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 13% de la población es menor de 14 años. El 5% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 2%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$50,600.00 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a su ubicación. Al inicio del año 2015 se hizo una rehabilitación del espacio, por lo que las condiciones de construcción mantenimiento son las adecuadas, se rehabilitaron e instalaron bancas de descanso, sin embargo, la vegetación y las condiciones ambientales podría mejorar para evitar que obstruyan la visibilidad y la iluminación del espacio.

El Corredor Durango cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio no se desarrollan actividades culturales, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para apropiación del espacio público a través de la cultura y su relación histórica con los habitantes y los usuarios; así como mejorar la visibilidad, acondicionar señalización para su mantenimiento, identificación del espacio.

16. Veracruz (AGEB-1089, 1182, 0998, 1093)

Ubicación: Avenida Chapultepec hasta Durango, Roma Ciudad de México

Longitud: 700 mts

Es un corredor que inicia en la calle de Chapultepec hasta Durango. Esta calle sirve de conexión a las colonias Hipódromo Condesa, Escandón y Roma.

El corredor esta rodeado de restaurantes, oficinas, casas habitación y comercios,

Las alternativas de transporte público con las que cuenta, son: ecobici

metro: Chapultepec.

El corredor correspondiente a la colonia Roma no cuenta con un área especial para peatones, por lo que este espacio está destinado a la vegetación.

Fotografías del espacio público Corredor Veracruz



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

En este espacio público se tomaron como referencia las cuatro AGEB donde se encuentra el Corredor Veracruz, cuenta con una población total de 9,213 habitantes (4,744 femenino y 4,469 masculino), alrededor cuenta con 4,559 viviendas, de las cuales 3,828 están habitadas y 558 son viviendas deshabitadas. El 12% de sus habitantes son adultos mayores, el 11% de la población es menor de 14 años. El 5% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 3%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$27,200 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular percibido al igual que la actividad peatonal es alta debido a su ubicación. Este espacio esta destinado únicamente a la vegetación, sin embargo requiere que se le de mantenimiento de manera constante, de tal forma que no obstruya la visibilidad de las luminarias, así como mejorar la limpieza de la zona.

El Corredor Veracruz es de los pocos espacios que no cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para apropiación del espacio público a través de la cultura y su relación histórica con los habitantes y los usuarios, que podría ser la construcción de un parque de bolsillo con un área de juegos, habilitar con mobiliario como podrían ser bancas para el descanso de los usuarios.

17. Oaxaca (AGEB-1093 y 0998)

Ubicación: Sonora hasta Avenida Insurgentes, Roma Ciudad de México

Longitud: 1.05 kms

Es un corredor que inicia en la calle de Sonora hasta avenida Chapultepec.

Durante finales de 2014 y principios de 2015 fue rehabilitado en su tramo de Av. Insurgentes hasta Plaza de la Villa Madrid.

Es un corredor de mucha afluencia, ya que conecta a la Avenida Insurgentes a la Colonia Roma.

Las alternativas de transporte público con las que cuenta, son: ecobici metro: Insurgentes, metrobus: Insurgentes.

En este espacio público se tomaron como referencia las dos AGEB donde se encuentra el Corredor Oaxaca, cuenta con una población total de 4,293 habitantes (2,199 femenino y 2,094 masculino), alrededor cuenta con 2,108 viviendas, de las cuales 1,778 están habitadas y 267 son viviendas deshabitadas. El 11% de sus habitantes son adultos mayores, el 12% de la población es menor de 14 años. El 5% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 5%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$33,300 mxn (al 10 de marzo de 2015)

El tráfico vehicular al igual que la actividad peatonal es alta debido a su ubicación. A partir de la rehabilitación del espacio en 2015, se realizaron modificaciones en el espacio público, por lo que las condiciones de construcción mantenimiento son las adecuadas, sin embargo, la vegetación y las condiciones ambientales podría mejorar para evitar que obstruyan la visibilidad y la iluminación del espacio.

Fotografías del espacio público Corredor Oaxaca



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

El Corredor Oaxaca cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, pero en este espacio no se desarrollan actividades culturales, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para apropiación del espacio público a través de la cultura y su relación histórica con los habitantes y los usuarios.

18. Orizaba (AGEB-1002, 1017, 1106, 1110, 138A)

Ubicación: Sonora hasta Avenida Insurgentes, Roma Ciudad de México

Longitud: 1.05 kms

Es un corredor que inicia en Avenida Chapultepec hasta la calle de Toluca. Es el corredor con mayor longitud en la colonia Roma, intersecta los espacios públicos más emblemáticos de la colonia como son la Plaza Río de Janeiro, Álvaro Obregón, Plaza Luis Cabrera, Plaza el Lanzador y el parque Ramón López Velarde.

Por su longitud, es visible el deterioro que existe en la colonia Roma hacia las zonas de la periferia. Es un corredor de conexión, alrededor hay casas habitacionales, restaurantes, galerías y comercios.

Las alternativas de transporte público con las que cuenta, son: ecobici metro: Insurgentes y Hospital General, metrobus: Insurgentes, Durango y Hospital General

En este espacio público se tomaron como referencia las cinco AGEB donde se encuentra el Corredor Orizaba, cuenta con una población total de 16,638 habitantes (9,100 femenino y 8,161 masculino), alrededor cuenta con 7,899 viviendas, de las cuales 6,516 están habitadas y 974 son viviendas deshabitadas. El 14% de sus habitantes son adultos mayores, el 15% de la población es menor de 14 años. El 4% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que

habla una lengua indígena y español es del 3.5%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$31,724 mxn (al 10 de marzo de 2015)

Fotografías del espacio público Corredor Orizaba



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

El tráfico vehicular al igual que la actividad peatonal es alta debido a su ubicación. Las condiciones de construcción del espacio son diversas, ya que en las áreas cercanas a la Plaza Río de Janeiro y Plaza Luis Cabrera son aceptables, por otro lado, cerca de Plaza el Lanzador y Parque Ramón López Velarde se encuentra descuidado. La vegetación y las condiciones ambientales podría mejorar para evitar que obstruyan la visibilidad y mejorar la iluminación del espacio.

El Corredor Orizaba cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, y se desarrollan actividades culturales en los espacios, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para mejorar las condiciones de construcción del espacio a lo largo del Corredor y que no estén concentradas solo en dos de sus plazas cercanas (Plaza Río de Janeiro y Plaza Luis Cabrera)

19. Álvaro Obregón (AGEB-120 A, 1093, 1106, 1110, 1017)

Ubicación: Avenida Oaxaca hasta Avenida Cuauhtémoc, Roma Ciudad de México

Longitud: 1.475 km

Avenida Álvaro Obregón, *antes Avenida Jalisco*, es la avenida central de la Colonia Roma, trazada como el eje de desarrollo inmobiliario desde el inicio de la Colonia por Walter Orrin.

En esta avenida vivieron personajes importantes, como Adamo Boari, y Álvaro Obregón. En 1928 cambió el nombre de la avenida en honor a este último.

Las alternativas de transporte público con las que cuenta, son: ecobici
metro: Insurgentes y Hospital General, metrobus: Insurgentes, Durango y Hospital General

Fotografías del espacio público Corredor Álvaro Obregón



Fuente: Cortesía Colectivo Los Solistas. Fecha de captura: mayo 2015

En este espacio público se tomaron como referencia las cinco AGEB donde se encuentra el Corredor Álvaro Obregón, cuenta con una población total de 16,537 habitantes (8,696 femenino y 7,841 masculino), alrededor cuenta con 7,656 viviendas, de las cuales 6,378 están habitadas y 886 son viviendas deshabitadas. El 14% de sus habitantes son adultos mayores, el 14% de la población es menor de 14 años. El 3% de sus habitantes cuentan con alguna dificultad para el desempeño y/o realización de sus tareas en la vida cotidiana. La población que habla una lengua indígena y español es del 3%. El valor promedio de los bienes inmuebles que se encuentra alrededor del espacio por m² es de \$34,347 mxn (al 10 de marzo de 2015)

Es un referente en la Colonia Roma. Actualmente cuenta a lo largo del corredor con 12 piezas escultóricas.

El tráfico vehicular al igual que la actividad peatonal es alta debido a su ubicación. Las condiciones de construcción del espacio público son diversas, ya que en las áreas cercanas al Parque Alexander Pushkin, Plaza Río de Janeiro y Plaza Luis Cabrera son aceptables, por otro lado, cerca del Jardín Juan Rulfo se encuentra descuidado. La vegetación y las condiciones ambientales podría mejorar para evitar que obstruyan la visibilidad y mejorar la iluminación del espacio.

El Corredor Álvaro Obregón cuenta con teatros, museos, galerías y salas de cine cercanas, y cuenta con un amplia oferta de actividades culturales, por lo que se recomienda trabajar en conjunto Ciudadanía y la autoridad territorial en un plan de gestión urbana para mejorar las condiciones de construcción del espacio a lo largo del Corredor y poder rehabilitar el espacio público Jardín Juan Rulfo para tener espacios públicos igualitarios en condiciones de construcción, seguridad y oferta cultural

Modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan el carácter creativo. Caso Colonia Roma, CDMX

* Required

Nombre del espacio *

Día de visita

Describa brevemente el espacio

Área del espacio *

El área se encuentra registrada en metros cuadrados

AGEB

Densidad

En este caso se midió la densidad del espacio público. $D = \text{Población por AGEB} / \text{Área del Espacio Público}$

¿Cómo es el tráfico vehicular en la zona?

- Alto
- Medio
- Bajo

Nulo

¿Existe cambio modal en la zona?

Si

No

¿Existe transporte público para llegar al espacio público?

Si. En la sección de "Other" por favor especifique

No

Other:

¿Cómo es la actividad peatonal en la zona?

Alta

Media

Baja

Nulo

¿Hay estacionamiento cercano al espacio?

Si. En la sección de "Other" por favor especifique

No

Other:

¿Cómo es la iluminación?

Muy buena

Buena

Satisfactoria

Pobre

¿Hay algún signo, letrero identificando el lugar donde se encuentra?

Si

No

¿Existen señales que le indiquen dónde obtener ayuda de emergencia, si así lo requiere?

Si

No

¿Puede ver con claridad lo que sucede más adelante?

Si. Pase a la pregunta 17

No

Las razones por las que no se puede ver con claridad son:

Puede seleccionar más de una opción

- Esquinas ciegas
- Pilares
- Muros
- Arbustos
- Rejas
- Other:

¿Existen lugares donde pudiera esconderse?

- Si
- No

¿Cómo evalúa las condiciones de construcción del espacio?

- Muy buena
- Buena
- Satisfactoria
- Pobre
- Muy pobre

¿Existe alguna señalización donde indique a quién acudir en caso de solicitar mantenimiento, o reparación en dicho espacio?

- Si
- No

¿Cómo evaluaría el mobiliario urbano?

- Muy buena
- Buena
- Satisfactoria
- Pobre
- Muy pobre
- Other:

¿Cómo es la limpieza de la zona?

- Muy buena
- Buena
- Satisfactoria
- Pobre
- Muy pobre

¿Existen contenedores de basura en el espacio?

- Si
- No
- Other:

¿Existe vegetación en el espacio?

- Si
- No. Pase a la pregunta 24

¿Cómo evaluaría la vegetación y condiciones ambientales de la misma?

- Muy buena
- Buena
- Satisfactoria
- Pobre
- Muy pobre

¿Existe una relación histórica de los usuarios con su entorno?

- Si
- No

¿Existe comercio alrededor del espacio?

- Si
- No. Pase a la pregunta 27

¿Qué tipo de comercio local existe alrededor?

¿Existe actividad nocturna en el espacio?

- Si.
- No

¿Existe vida en la calle alrededor del espacio?

- Si
- No

¿Existen organizaciones preocupadas por lo que sucede en el vecindario y sus habitantes?

- Si
- No
- Other:

¿Existe alguna red social entorno al espacio/colonia?

Si. Especifique en el espacio "Other"

No

Other:

¿Existen eventos culturales y/o deportivos en el espacio?

Si

No

¿Con qué frecuencia?

Frecuente

Poco frecuente

Moderado

Nulo

¿Cómo es la participación en los eventos?

Alta

Media

Baja

Nula

Other:

¿Existen teatros cercanos al espacio?

Si

No

¿Existen museos y galerías cercanos al espacio?

Si

No

¿Existen salas de cine cercanos al espacio?

Si

No

¿Existen programas para la rehabilitación de la zona?

Si

No

¿Existen programas de gasto público en cultura para el espacio?

Si

No

¿Existe inversión privada para rehabilitar la zona?

Si

No

Other:

Never submit passwords through Google Forms.

100%: You made it.

Powered by

This content is neither created nor endorsed by Google.

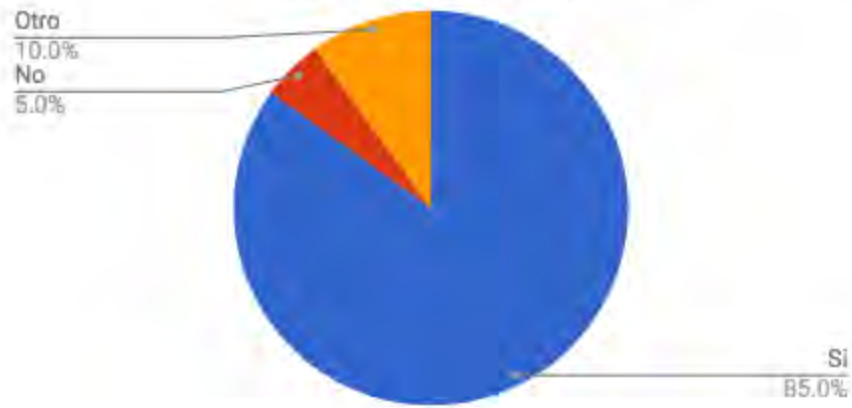
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

Modelo de gestión urbana para la reconfiguración de espacios públicos que promuevan el carácter creativo. Caso Colonia Roma, CDMX

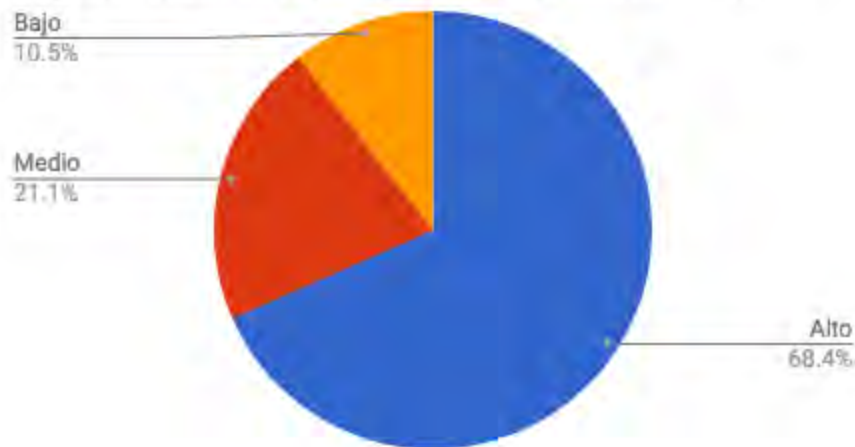
190 Responses
Summary



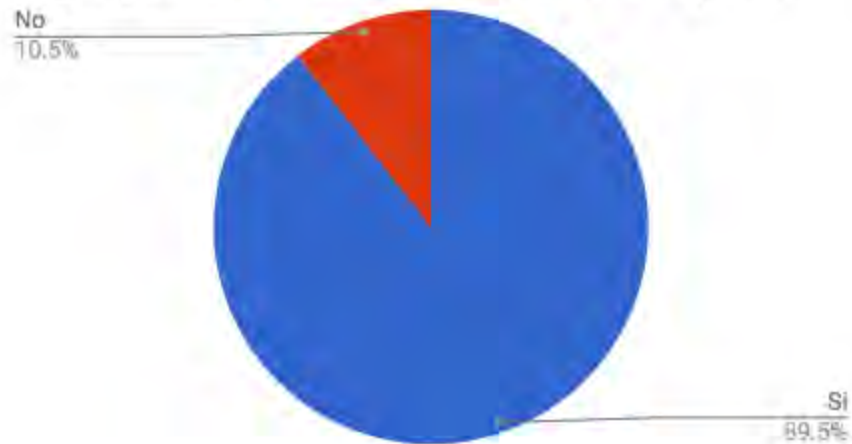
¿Existe transporte público para llegar al espacio público?



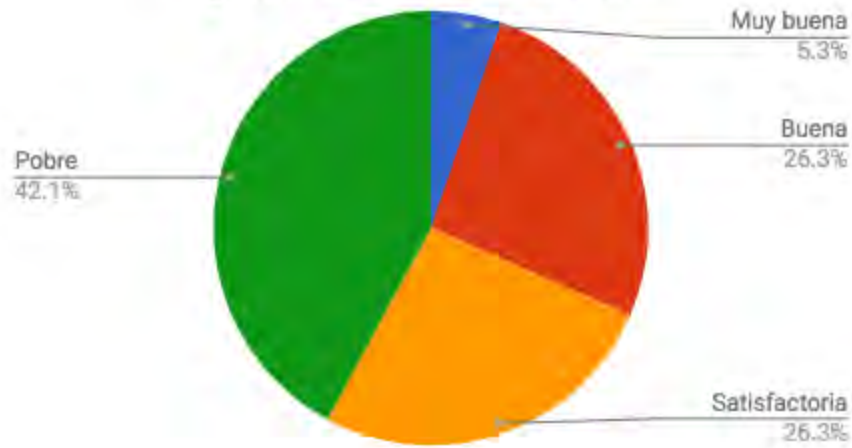
¿Cómo es la actividad peatonal en la zona?



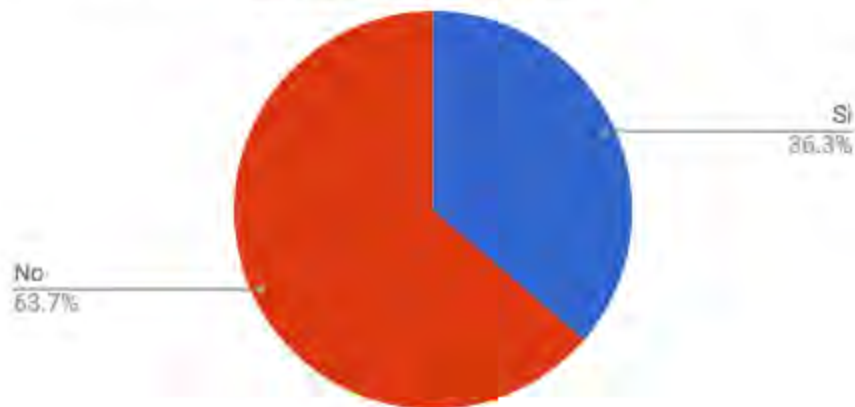
¿Hay estacionamiento cercano al espacio?



¿Cómo es la iluminación?



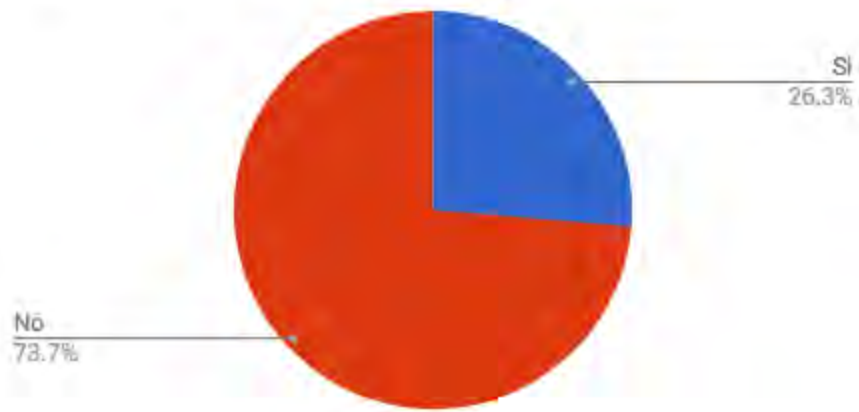
¿Hay algún signo, letrero identificando el lugar donde se encuentra?



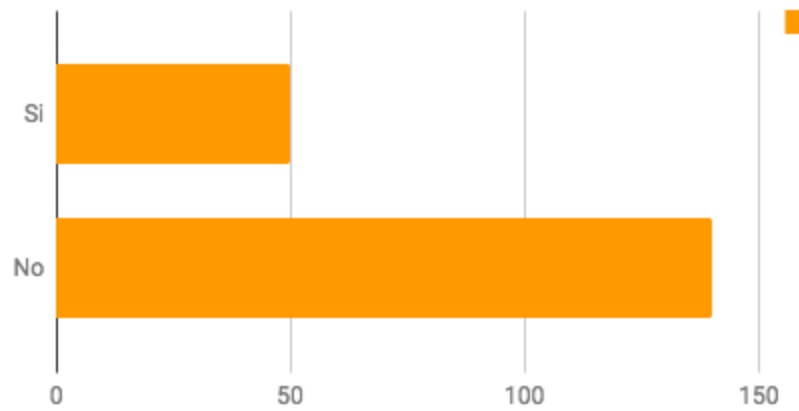
¿Existen señales que le indiquen dónde obtener ayuda de emergencia, si así lo requiere?



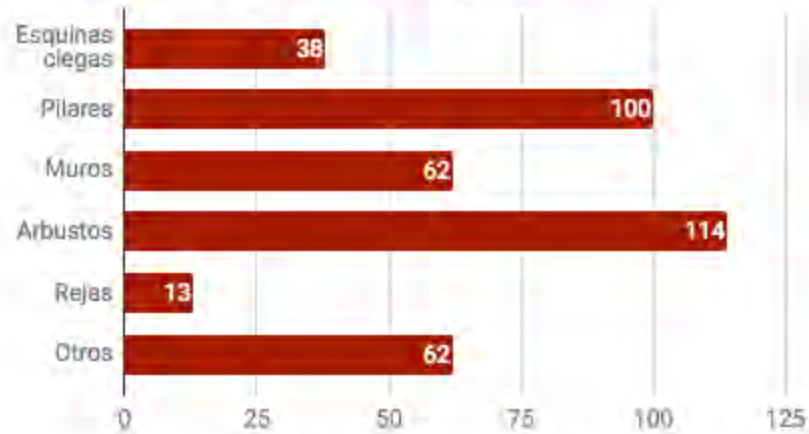
¿Puede ver con claridad lo que sucede más adelante?



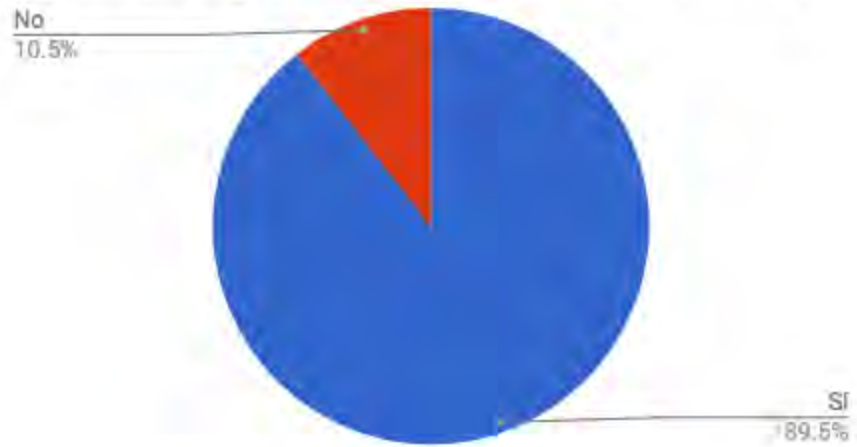
¿Puede ver con claridad lo que sucede más adelante?



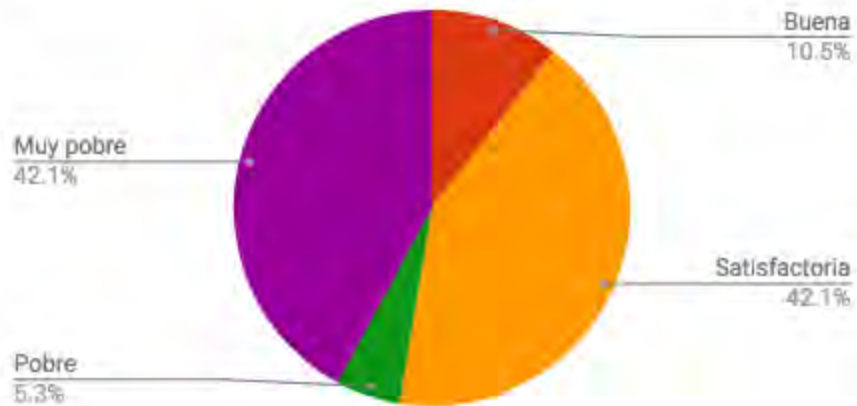
Las razones por las que no se puede ver con claridad son (puede señalar más de una opción):



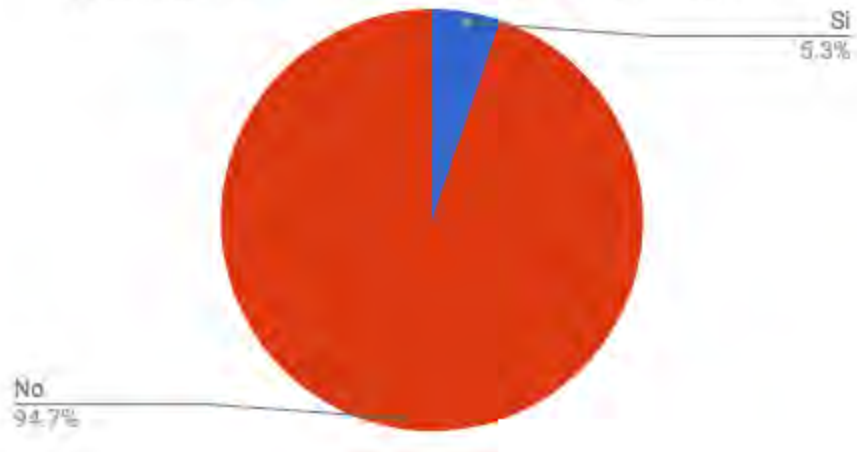
¿Existen lugares donde pudiera esconderse?



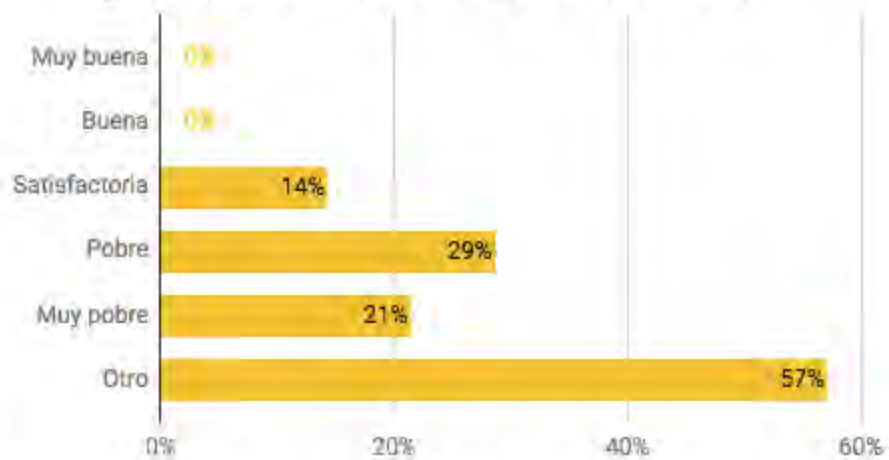
¿Cómo evalúa las condiciones de construcción del espacio?



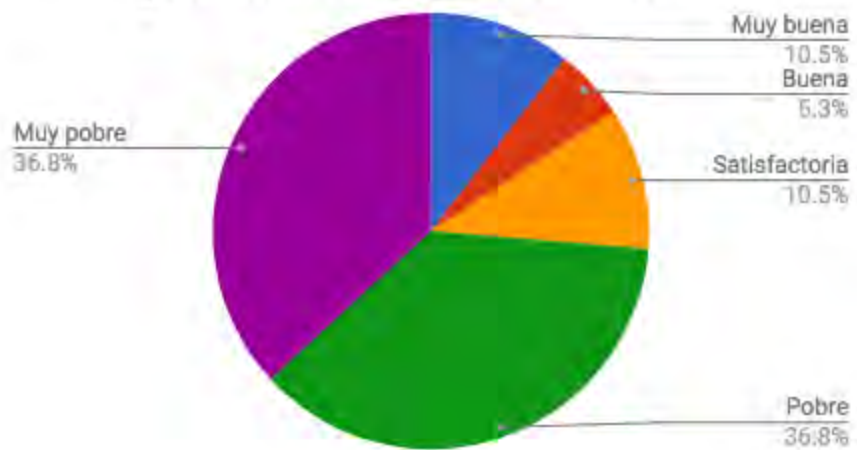
¿Existe alguna señalización donde indique a quién acudir en caso de solicitar mantenimiento, o reparación en dicho espacio?



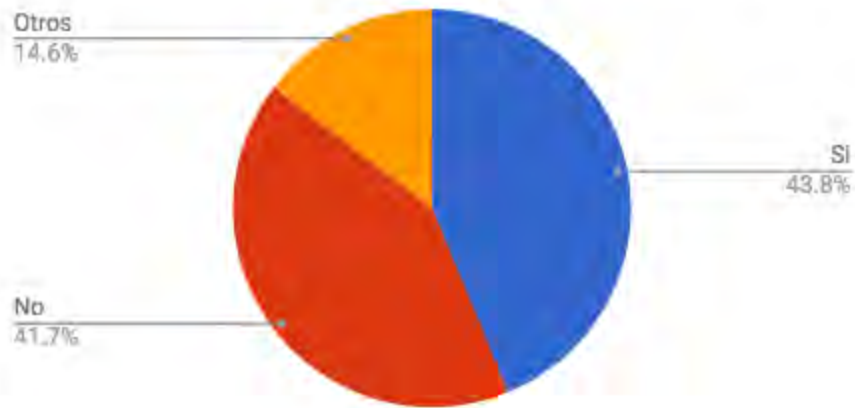
¿Cómo evaluaría el mobiliario urbano?



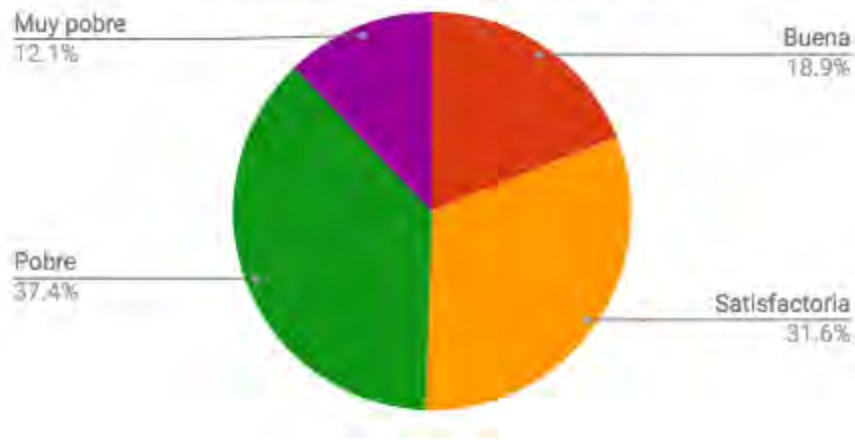
¿Cómo es la limpieza de la zona?



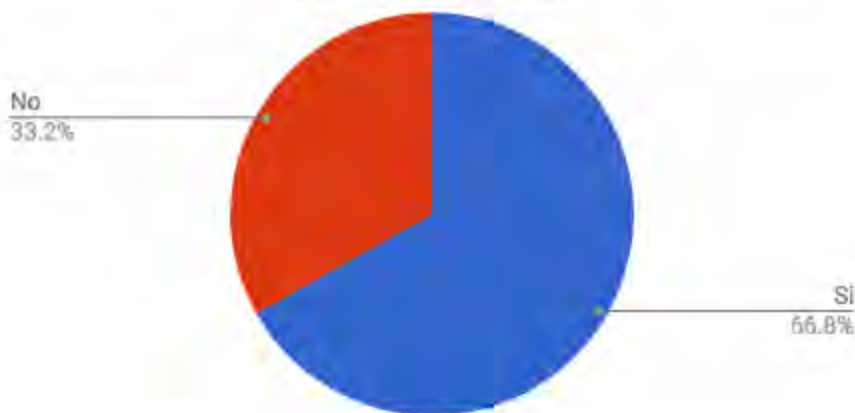
¿Existen contenedores de basura en el espacio?



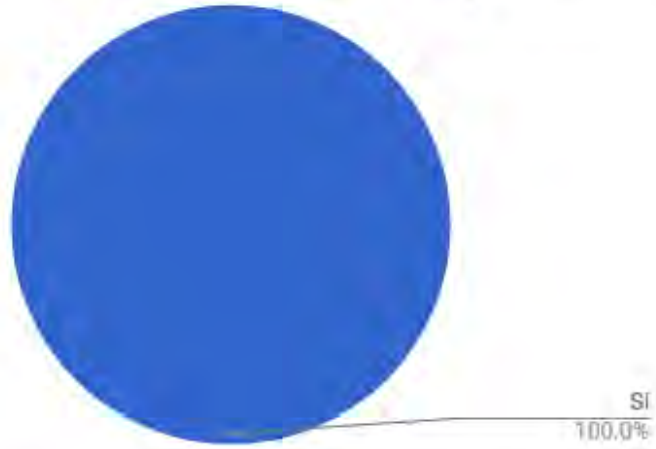
¿Cómo evaluaría la vegetación y condiciones ambientales de la misma?



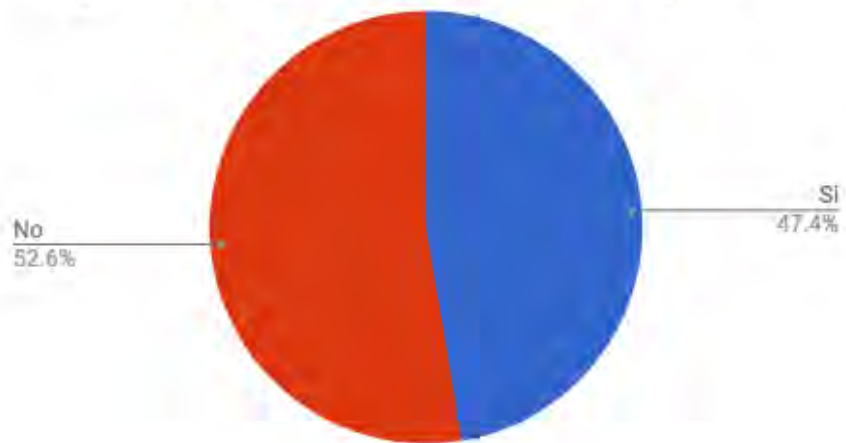
¿Existe una relación histórica de los usuarios con su entorno?



¿Existe comercio alrededor del espacio?



¿Existe actividad nocturna en el espacio?



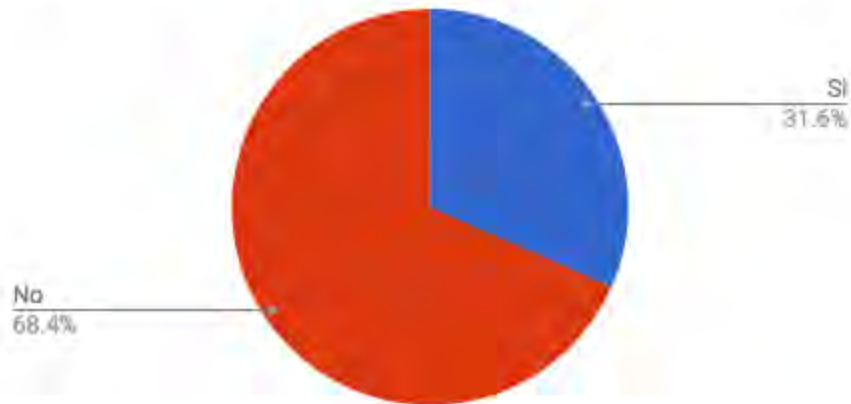
¿Existen organizaciones preocupadas por lo que sucede en el vecindario y sus habitantes?



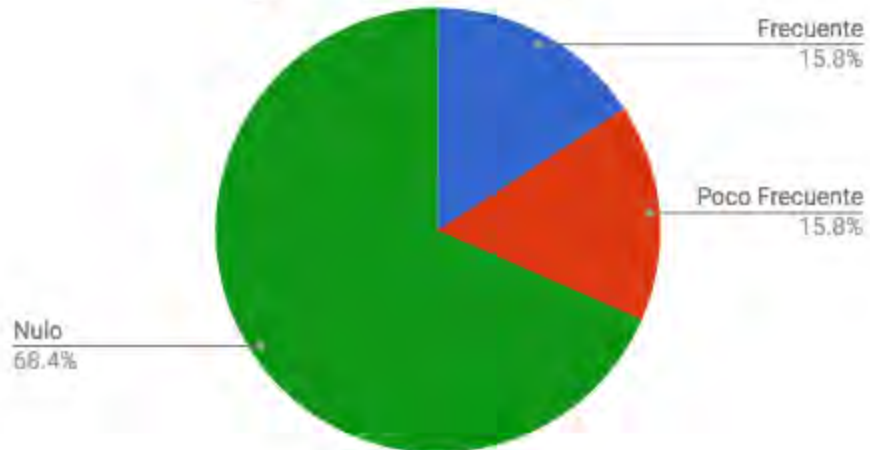
¿Existe alguna red social entorno al espacio/colonia?



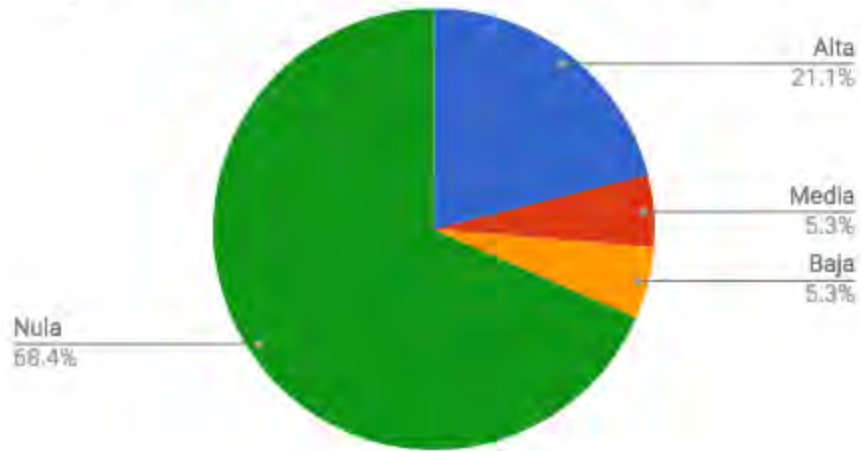
¿Existen eventos culturales y/o deportivos en el espacio?



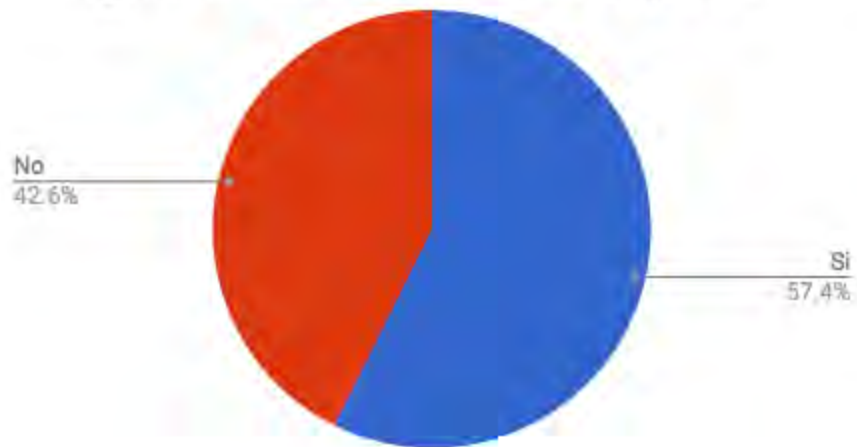
¿Con qué frecuencia?



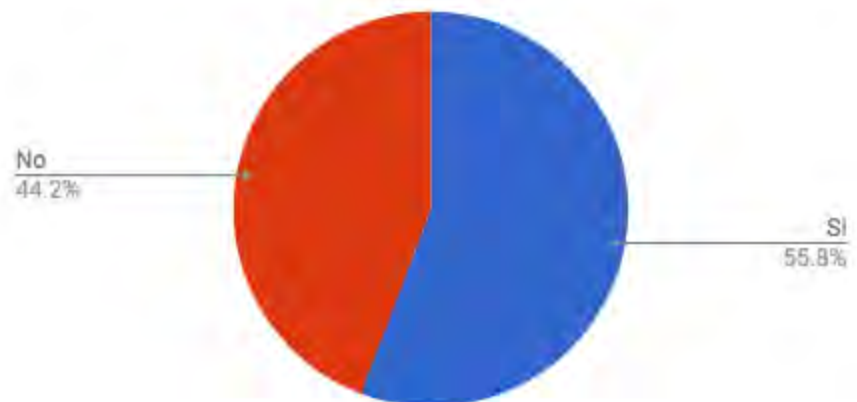
¿Cómo es la participación en los eventos?



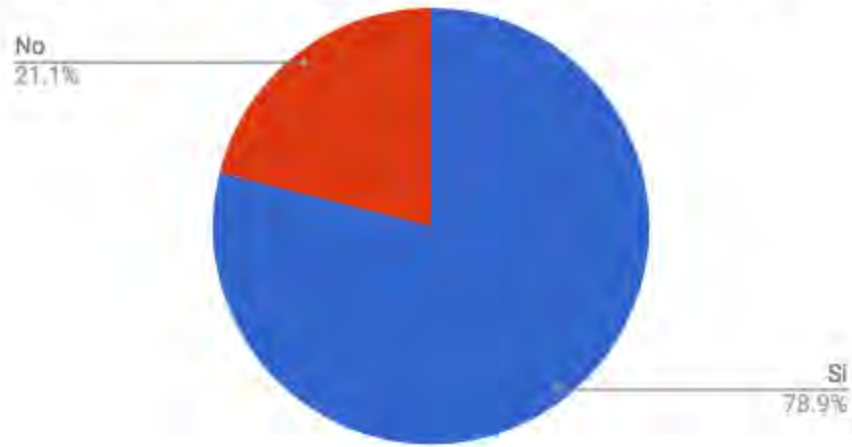
¿Existen teatros cercanos al espacio?



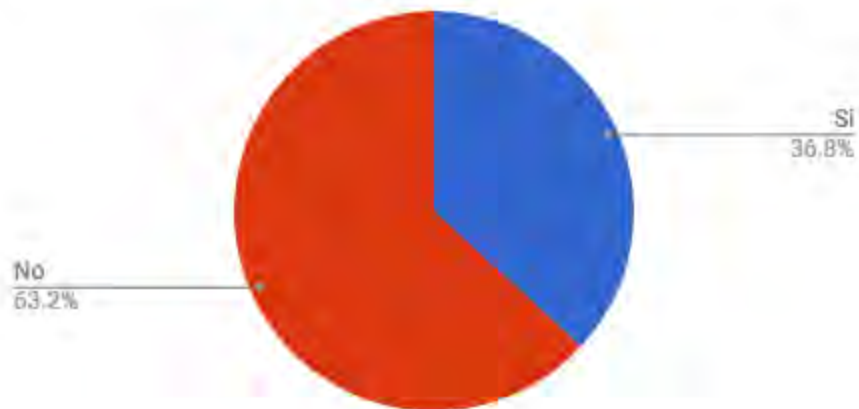
¿Existen museos y galerías cercanos al espacio?



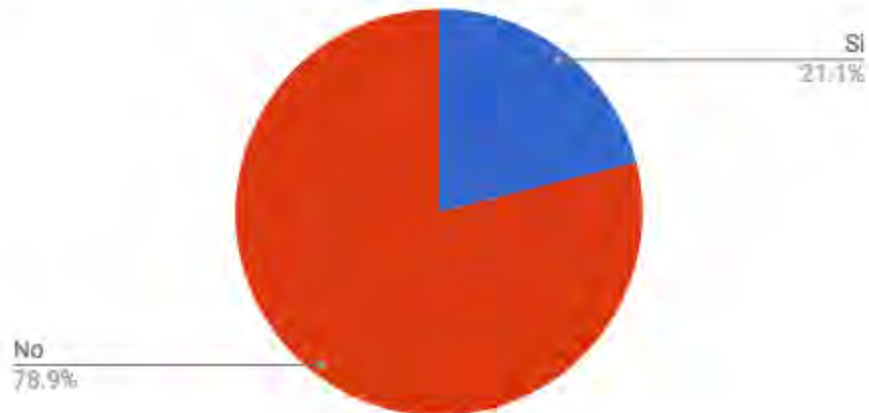
¿Existen salas de cine cercanos al espacio?



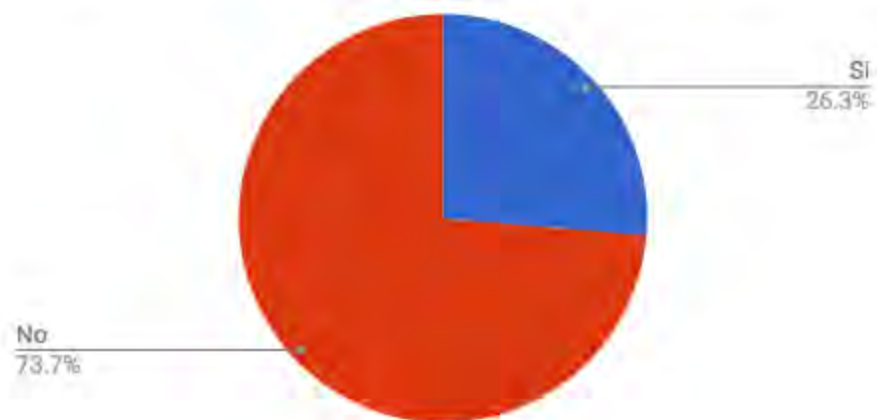
¿Existen programas para la rehabilitación de la zona?



¿Existen programas de gasto público en cultura para el espacio?



¿Existe inversión privada para rehabilitar la zona?



Powered by

This content is neither created nor endorsed by Google.

[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)

VIII. Semblanza



Plaza Río de Janeiro. Colonia Roma, CDMX. Foto cortesía Colectivo Los Solistas (2015)

Semblanza

Carolina Sue Andrade Díaz

Profesor-Investigador de la UAM-Azcapotzalco desde el año 2007. Coordinadora de Planeación de la División de CyAD (2015-actual). Doctorante en Diseño y Estudios Urbanos (2012-actual). Maestra en Estudios Organizacionales (2011). Licenciada en Administración (2008). Realizó una estancia de Investigación en el 2014 en el CitiLab en Cornellà de Llobregat en Barcelona, España.

Ha publicado más de 10 artículos entre los que destacan:

"Urban Management proposal and the transformation of public space that promote creativity", en Barcelona, España. *"Indicadores para medir la capacidad creativa, de diseño e innovación en México: Programa Mexicano de Diseño 2018"*

En mayo de 2016, en el 1st International Conference of Smart Cities in Smart Regions organizado por Lahti University of Applied Sciences, presentó los primeros resultados del modelo de gestión urbana para la transformación de espacios públicos que promuevan el carácter creativo aplicado a la Ciudad de México.

Ha colaborado en gestión de exposiciones para espacios públicos para la galería Terreno Baldío y para el escultor mexicano Javier Marín. Gerente de vinculación para PPG Comex. Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México y la Fundación Intercambio para la transformación del Corredor Cultural de Regina en el Centro Histórico de la Ciudad de México (2003-2010).

Relación de publicaciones

Carolina Sue Andrade Díaz // Doctorante en Diseño y Estudios Urbanos /

Ferruzca, Marco., Rodríguez, Jorge., Goebel, Christof., Andrade, Sue. (2017). *Indicadores para medir la capacidad creativa de diseño e innovación en México: Programa Mexicano de Diseño 2018*. Ciudad de México, México: UAM

Andrade, Sue (2016). *Espacios públicos como catalizador de la creatividad en la Ciudad de México: modelos de gestión urbana*. Poder Hacer. Ciudad de México, México: Laboratorio para la Ciudad (En edición)

Andrade, Sue., Ferruzca, Marco., Rodríguez, Jorge., Goebel, Christof (2016). *El espacio público y los modelos de gestión urbana en la generación de Ciudades Creativas*. Avances de las Mujeres en las Ciencias, Humanidades y Todas las Disciplinas (pp.204). Ciudad de México, México: UAM.

Andrade, Sue., Ferruzca, Marco., Rodríguez, Jorge (2016). *Urban Management and the transformations of Public Space that promote creativity in Mexico City*. Smart Cities in Smart Regions

Andrade, Sue y Marco Ferruzca (2015). *Modelos de gestión urbana en la reconfiguración de espacios públicos que promuevan la creatividad: una aproximación teórica*. En M. Reyes (Ed.)Economía y cultura. Críticas, emprendimientos y solidaridades (pp. 147-158). Ciudad de México, México: UACM

Andrade, Sue., Ferruzca, Marco., Rodríguez, Jorge (2015). *Urban Management and the transformations of Public Space that promote creativity*. The WEI International Conference Proceeding. <http://www.westeastinstitute.com/wp-content/uploads/2015/02/Sue-Andrade.pdf>