

Estética urbana y participación ciudadana

PEDRO G. BURAGLIA D.

Dipl. / M.AU.D. (Oxpoly) - Profesor Universidad Nacional

Introducción

Este documento se plantea el Tema de la Estética Urbana como un valor social. Para discutir éstos aspectos se propone partir de la mirada de la ciudad como objeto estético y sus implicaciones para la comunidad urbana, luego se discute su valor y dimensiones intrínsecos para introducir en seguida la cuestión de los intereses públicos y privados que gravitan en torno a la producción, disfrute y apropiación de los escenarios urbanos y su valor estético. Se espera con ello aportar a la comprensión del valor de la Estética en los procesos y transformaciones urbanas y la necesidad de ejercer el control colectivo sobre tales cambios.

1. La ciudad como valor estético

La ciudad es un objeto complejo de percibir y de entender, para comprenderla se requiere de procesos y conceptos mas o menos abstractos a través de los cuales la mente humana puede construir imágenes, entender sus relaciones y abarcarla como una totalidad. Una forma de aproximarse a su interpretación son las ideas de "paisaje" o "ambiente" que aluden a su apariencia formal, a sus valores simbólicos y expresivos y a su capacidad de generar ciertas emociones o sentimientos como la percepción de la estética entre otros valores.

La Estética, conocida como la "Filosofía de lo Bello" y referida a "la apariencia visual y su efecto" (Williams 1.976) no es mas fácil de entender ni de definir a pesar de que se ha convertido en uno de los

problemas centrales del pensamiento humano y que todos conocemos de qué se trata. Es un producto humano ya que no existe en la naturaleza material de las cosas sino en las construcciones de la mente y los sentimientos humanos que buscan entender, explicar o experimentar en sus significados y valores y adquiere por lo tanto un valor o "utilidad" propios.

La Estética Urbana como rama particular de ésta Filosofía, no es otra cosa que el resultado de una construcción mental sobre la relación que establece el observador con el paisaje urbano y que resulta de complejos procesos sensoriales, emocionales y racionales, mediatizados por la cultura y las propias experiencias cognitivas o emotivas del observador.

Pese a sus afinidades y semejanzas con otras manifestaciones de la Estética, la Urbana configura un ámbito particular distinto de otras manifestaciones provenientes de las Bellas Artes como la Pintura o la Escultura, así ellas estén integradas o no a los edificios y espacios urbanos y se utilicen sus instrumentos expresivos y compositivos.

En el plano de la comparación es posible discutir el valor autónomo de cada una de éstas manifestaciones y encontrar en la urbana un ámbito menos singular pero sí característico en el cual se observa en primer lugar su carácter utilitario como parte inevitable del cuadro de vida del ciudadano y en segundo lugar su naturaleza, constituida por otros valores que definen su geometría y apariencia como la estática de las construcciones, el desarrollo de las técnicas de construcción o los recursos económicos invertidos en su construcción, lo cual conduce a la formación de repertorios particulares y característicos que definen el paisaje urbano.

A diferencia de otras manifestaciones estéticas que se explican a sí mismas, esta Estética requiere

buscar explicaciones en otros planos de la realidad social y cultural, económica o tecnológica y además en la historia de los lugares y las gentes.

Su rasgo principal es su naturaleza cambiante. En cualquier espacio urbano se distinguen las formas estáticas de los edificios y las construcciones junto a otros componentes dinámicos como la gente o los vehículos que construyen cuadros efímeros e irrepetibles que a su vez se transforman en forma cíclica del día a la noche y son afectados por la incidencia del sol o las estaciones.

Otra importante característica es que se construye mediante la contribución de múltiples miradas: El turista, el residente o el pintor construyen interpretaciones estéticas de la ciudad, todas ellas individuales pero centradas sobre los mismos objetos y, en éste caso, sobre los mismos lugares y edificaciones.

2. ¿Existe una Estética Social?

La discusión debe centrarse en éste punto sobre si puede o no producirse como resultado del consenso colectivo, si ello abre paso a una "Estética Social" (Alcock, 1.993: 42) y qué significado puede tener en la construcción de la ciudad y la transformación de sus espacios urbanos. Para ello es necesario explorar en su valor utilitario antes que en su naturaleza o formas de expresión, hacia lo cual orientamos nuestra argumentación.

Una primera aproximación sugiere explorar las recientes miradas sobre la Estética Urbana y discutir la validez de éstos enfoques: Pese a la gran variedad de formas de ver e interpretar el espacio urbano en el mundo occidental, todas ellas se han movido dentro de dos corrientes principales: ■ Una racional, objetiva como lo propone K. Lynch (La Imagen de la Ciudad)

• Otra sensorial, emotiva, como lo sugiere G. Cullen (El Paisaje Urbano)

Ambas parecen centrarse en la experiencia individual y no colectiva: La mirada racional se construye como un proceso individual de representación "topológica" del espacio urbano donde la representación de un lugar se logra a través de "mapas mentales" que revelan una relación entre el individuo y el espacio en términos de percepción y comprensión.

La estética cumple en este caso una función de orientación y caracterización a través de las singularidades de sus componentes y la definición de límites y bordes, con lo cual se construye una característica esencial de los espacios urbanos llamada "*Legibilidad*". (Lynch, 1.970: 10).

Si se acepta la existencia de ésta categoría ya se estaría hablando de una componente "social" de la Estética Urbana con lo cual se ha iniciado el camino para proseguir nuestra indagación.

Veamos lo que ocurre con "la otra mirada" y si ello nos puede ayudar a confirmar nuestra percepción inicial: La mirada sensorial se basa en una percepción emocional donde el movimiento y la visión se combinan para desarrollar el concepto de "*Visión Serial*", (Cullen G. 1.978: 17) la visión del recorrido y de las sensaciones múltiples.

En este plano la estética adquiere una dimensión más centrada en las emociones que despierta un lugar y por lo tanto la tarea es buscar que el diseño de los lugares susciten emociones agradables y confortables. Como en el caso anterior, la experiencia de diversas personas que concurren a los mismos sitios y expresan sus mismas percepciones y experiencias nos pueden llevar a afirmar que en efecto la Estética Urbana puede entenderse como un valor social, en cuanto es compartido y construido socialmente.

Estas miradas son en cierto modo complementarias a pesar de que cada una corresponde a una forma de pensamiento y de que tanto en los mapas mentales como en la visión serial se pueden aventurar juicios sobre el consenso acerca de cómo es un lugar o qué emociones despierta. En efecto diversas encuestas y mapas, pueden acercarse a promedios que permiten calificar los valores estéticos de los lugares y por lo tanto encontrar un cierto nivel de consenso sobre tales preguntas.

Sin embargo, el valor colectivo de la Estética Urbana no se desprende de éstas conclusiones de encuesta sino más bien de su papel que cumple en el espacio urbano y de la relación y vínculos que establece con los valores culturales y sociales implícitos en tales calificaciones.

3. Otras miradas sobre el valor social de la Estética Urbana

Al discutir el valor y utilidad de la Estética Urbana, Alcock (op. cit.) propone la construcción de un nuevo término: *la Socio Estética (Socio Aesthetics)* a partir de las reflexiones de Hillier *et al* (1992) y dada la influencia que ejerce sobre la gente que los ocupa, lo cual debe motivar al Diseñador a cualificar esta respuesta empleando sus repertorios formales en forma selectiva y orientando con propósito la organización y configuración del espacio urbano.

Otros enfoques y estudios se centran en el comportamiento humano y su relación con la estética de los lugares: los efectos de los espacios urbanos sobre la conducta y la experiencia de la gente se ha convertido en base de los estudios de Psicología Ambiental y Social cuyo desarrollo encuentra un fuerte impulso en el trabajo de J. Jacobs, en especial en su libro *"Muerte y Vida de las Grandes Ciudades Americanas"* (1961), en los recientes estudios sobre una nueva ciencia denominada *"Etología Urbana"* (Syneck E., 1997) y en diversa literatura sobre criminalística y prevención del crimen en áreas urbanas, donde las estrategias de prevención se basan en el manejo adecuado de los valores estéticos. (Newman, 1978)

4. El Valor de la Estética Urbana

Veamos ahora qué implicaciones se deducen de las anteriores reflexiones y en especial su utilidad y valor: Por qué es importante, qué valor tiene para el conjunto de la sociedad urbana? Es acaso un problema de intelectuales y artistas?

La apariencia y forma de los lugares ejerce sobre las gentes un poder mayor que el que generalmente se le atribuye: Como escenario donde transcurre la vida cotidiana de multitud de individuos, que recorren los mismos espacios en forma voluntaria o no, la estética de los lugares es mucho mas que problema del "buen gusto" pues resulta siendo apropiada y "sufrida" socialmente. Desde ésta perspectiva el valor de la Estética Urbana no reside en el carácter de un estilo o estilos particulares ni mucho menos en el discurso que sobre ella realicen

intelectuales y artistas, así éstos sean parte de su naturaleza.

Su utilidad es mas amplia que producir sensaciones o percepciones. Es principalmente un importante factor de orientación y de formación de sentido de lugar, contribuye a la formación del valor inmobiliario y es el medio que permite la materialización de los valores simbólicos de una determinada sociedad, motivo de orgullo e identidad y sentido de pertenencia y apropiación.

Se refiere mas bien a una serie de atributos y valores que contribuyen a hacer mas fácil y llevadera la existencia humana en las ciudades, a enriquecer su experiencia y a la respuesta que suscite en el observador haciéndola clara, explícita y sensorialmente agradable. Estos atributos son *La coherencia entre sus componentes y la adecuación de respuesta* al usuario.

La coherencia entre sus componentes se refiere a la forma como cada elemento particular se organiza en relación al conjunto, de tal manera que exista un "diálogo" entre ellos y que es diferente de la monotonía o la repetición. Este diálogo es en cierto modo equivalente a los códigos del lenguaje mediante el cual cada letra construye una palabra y cada palabra un discurso, su coherencia interna y externa radica en la organización de todos éstos componentes de acuerdo a pautas y lógicas propias de cada lenguaje y en el caso urbano, de cada cultura y época.

La incoherencia produce dificultades de interpretación y confusión, síntomas de desorientación, pérdida de sentido y la desaparición de los valores de sus componentes.

En efecto la apariencia y forma de los edificios dan claves para orientarse y saber las funciones que cada edificio alberga en su interior, para distinguir un hospital de un colegio o de una estación de bomberos, conocer si se está en un área residencial o en una zona industrial, en el centro de negocios de un suburbio o en el de un poblado menor.

La adecuación de respuesta en el usuario se refiere a la capacidad de suscitar emociones, sentimientos o comportamientos adecuados en el observador. Es decir, capaz de producir una experiencia placentera, agradable y clara que le permitan entender su posición en el espacio urbano, descubrir

los atributos o utilidad de un sitio, despejar interrogantes sobre el pasado o el presente de la sociedad que lo habita, de identificarse con ellos o de construir valores colectivos motivo de orgullo y admiración.

5. El Interés Público y Privado en torno a la Estética Urbana:

En el plano social y político, la Estética Urbana surge como un asunto de derechos y deberes, de derechos relacionados con el derecho a habitar lugares dignos y confortables, con disfrutar de la ciudad como un patrimonio colectivo y como un medio para difundir y afianzar los valores culturales autóctonos y singulares y como deberes a la obligación de respetar y enriquecer el patrimonio edificado con nuevos elementos y propuestas que permitan la manifestación de los valores y la cultura de cada sociedad que la habita y construye.

En el plano económico adopta un renovado papel en el marco de una economía global y de la competencia entre ellas por atraer inversión y ampliar los mercados: Un valioso instrumento para captar inversiones es la oferta de calidad de vida de una ciudad y ésta no sólo se refiere a buenas vías, salud, y educación sino además a su carácter general y sus valores formales.

Por ello las ciudades vienen afianzando su carácter y creando símbolos visibles de sus logros como el caso de Barcelona o París lo cual no significa que dichos cambios sin embargo deban realizarse en forma costosa ni que tampoco sean sólo del manejo institucional ya que en muchos casos hasta el Sector Privado se interesa en ello como ocurrió en Bogotá con la remodelación del "Parque de la 93" realizado y financiado por particulares.

La calidad visual de un paisaje puede atraer inversión o expulsarla, transformando su carácter inicial: Un fuerte cambio de imagen puede arruinar las ventas o estimular nuevas inversiones en un *área*, particularmente en áreas de interés turístico cuyo atractivo recae en la naturaleza singular de su ambiente urbano o en áreas residenciales tranquilas o en lugares céntricos de valor histórico-patrimonial, etc.

En el plano legal, entre los derechos que se adquieren cuando se compra un inmueble en un conjunto residencial, está el de garantizar el mantenimiento del carácter general del sitio que se habita, llámese conjunto o edificio y en segundo lugar a obligarse a respetar el carácter mismo de dicho espacio, obligándose por ejemplo, a solicitar aprobación de los residentes para realizar cambios en la forma o apariencia de su inmueble.

Median muchas reflexiones sobre los diversos caprichos e ingenuidades que forman estos principios, pero en todo caso aparece de nuevo una preocupación por la estética de una determinada área urbana respaldada por una base legal cuyo contenido resulta difícil de discutir en términos jurídicos por su naturaleza abstracta, pero que pese a ello permiten establecer una relación en el plano jurídico entre los valores estéticos urbanos y los derechos y deberes ciudadanos.

Como un argumento adicional, en el plano ambiental entendida en un marco mas amplio que el de los sistemas naturales, la calidad estética de una ciudad forma parte integral de los componentes de valoración desarrollados por diversas escuelas y metodología centradas en el manejo ambiental urbano, buscando no sólo la conservación de los valores visuales del paisaje sino la incorporación de nuevos o la sustitución de aquellos inconvenientes o desagradables.

La idea de Patrimonio Urbano descansa en varios de éstos supuestos y la necesidad de su preservación se eleva al plano del interés público y de las normas y regulaciones en áreas específicas de la ciudad que pese a sus valores singulares y característicos, pueden aplicarse al conjunto de las ciudad como lo entiende la Política Urbana "*Ciudades y Ciudadanía*" (1994)

6. La formación del valor estético de la ciudad

Por su impacto social y económico la Estética Urbana es un asunto de interés público y por ello merece una discusión adicional sobre la forma como se produce o transforma su valor.

La producción y transformación del paisaje, como resultado de múltiples acciones individuales,

convenidas o no, reguladas o no, pueden enriquecer o dilapidar los valores del paisaje urbano según las formas como se vayan transformando o conservando sus características básicas.

El valor estético de una obra de arquitectura por muy singular o bella que resulte, depende en gran parte del intercambio que establece con el espacio y los elementos que lo rodean y que por lo tanto contribuyen a destacar o empobrecer su valor y viceversa: el valor estético de un sitio dependerá de la calidad de cada uno de los componentes y elementos que se le incorporen. Por su parte, la inserción de un nuevo elemento puede contribuir a aumentar el valor estético de un sitio o a empobrecerlo.

Pese a que una transacción inmobiliaria o la enajenación de un inmueble singulariza el inmueble de su contexto, o al menos los considera en forma acomodada, no puede sustraerse a éstos mecanismos complementarios ni a la influencia que el contexto circundante ejerce sobre la formación de su valor.

Esta dinámica de formación del valor estético pone de manifiesto una tensión entre los intereses públicos y privados que puede adquirir tintes de una verdadera confrontación y que se pone de manifiesto en diversas expresiones colectivas de aceptación o rechazo a intervenciones arquitectónicas o reformas que alteran el ambiente de un área o las mociones igualmente colectivas de apoyo a la conservación de edificaciones o lugares.

Esta reflexión sugiere que la producción del espacio urbano se puede describir en cierto modo como una lucha por imponer unos valores estéticos sobre otros tomando como base los intercambios descritos. En nuestro caso dicha lucha está comandada por las motivaciones del mercado de ofrecer productos atractivos y competitivos como estrategia para "vender imagen" a través de la búsqueda de innovación, la reproducción de estilos de moda, la banalización de obras singulares arquitectónicas o urbanas o la apropiación y privatización indebidas de valores escénicos naturales o creados.

Y el mercado no es un buen consejero en materia de estética, pese a que una buena estética se refleja en un buen precio: Su interés lo lleva a inclinar la balanza a donde más ganancia se pueda

obtener con la menor inversión posible, lo que en el caso de la producción del espacio urbano se logra no por la vía del "buen diseño" o el empleo eficiente de las tecnologías de construcción y adecuado uso de materiales sino en una expresión postiza de factura artesanal que sacrifica aún su utilidad y durabilidad en aras de una pretendida "belleza" que resulte atractiva para sus ignorantes y arrogantes compradores o aún a imponer costosas cargas que éstos estén dispuestos a pagar en lo que Bourdieu llama "capital simbólico" (En Harvey, 1.989: 77) por razones de prestigio o competencia comercial. Un ejemplo de crítica a propuestas de ésta naturaleza fue la reacción colectiva ante el Proyecto de Mame la Vallée en los alrededores de París y diseñado en el Taller de Barcelona del Arq. R. Bofill en los años 80 quien bajo el disfraz populista de "democratizar" la idea del Palacio de Versalles realizó una copia de dicho espacio y lo vendió a usuarios de la clase media.

7. Participación y Estética de la ciudad

Las anteriores consideraciones nos han conducido a entender el carácter público de la Estética Urbana y las consecuencias de la actuación libre del mercado en el plano de la producción estética de la ciudad. Veamos ahora por qué es necesario participar en la regulación de sus procesos de producción y transformación.

La Ciudad Colombiana es en cierto modo el producto de diversas fuerzas y circunstancias marcadas por la provisionalidad y la especulación, pero donde se puede distinguir una permanente búsqueda de nuevas alternativas y propuestas de tipo estético, si bien muchas de ellas están afectadas por los parámetros de la moda internacional y por la tendencia del mercado a banalizar toda forma de expresión formal o artística. Pese a todo ello, su Estética se constituye en el referente de una sociedad que rápidamente se mueve hacia la urbanización y consolidación de los modos de vida y valores mas urbanos.

En nuestro medio la tendencia a la banalización de las obras arquitectónicas y urbanas se traduce en espacios pobres y efímeros producto de la adopción de "reviváis" de moda, la reproducción a menor

escala de modelos originales, la utilización de materiales desechables y de apariencia distinta a la de su propia naturaleza, o la eliminación física de elementos del espacio urbano como monumentos, patrimonio arquitectónico, mobiliario, áreas verdes, espacios recreativos o la indebidas apropiación de áreas de interés escénico.

En consecuencia se impone la necesidad de adelantar procesos educativos mas o menos complejos y permanentes que le permitan al ciudadano "educar el ojo" en relación a los valores estéticos de la ciudad y a entender la necesidad de su *Conservación y Mejoramiento*.

Estas son en realidad las dos ideas básicas sobre las cuales deben descansar todas las demás iniciativas que convocan el interés público y que reclaman un alcance mas amplio que la simple discusión sobre las densidades o los usos de la ciudad. Es necesario ampliar la discusión sobre los valores estéticos y abrir el espacio para la discusión sobre aspectos mas cualitativos del espacio urbano.

8. Actuando en el marco local

Las siguientes son recomendaciones para ampliar el espacio de participación en éstos componentes estéticos y para enriquecer la experiencia urbana a partir de enriquecer los lugares que comúnmente habitamos y utilizamos:

Formar asociaciones de vecinos sin ánimo de lucro para la preservación de elementos históricos o monumentos.

Identificar las áreas y edificaciones del vecindario que posean algún valor estético y promover su preservación.

- Exigir a las Autoridades de Planeación Local la definición de los criterios de manejo de la forma y apariencia de las edificaciones en función del carácter deseado para el barrio y no sólo lote a lote.
- Solicitar sanciones a los usuarios o propietarios que

no cuiden la apariencia de sus edificaciones o introduzcan elementos que afeen el conjunto residencial o barrio.

Fomentar el diseño detallado de los espacios públicos y áreas exteriores de edificaciones públicas y privadas y la producción de estándares de alta calidad.

Estimular el aseo, mantenimiento y cuidado de las áreas públicas.

- Finalmente se propone investigar sobre la Estética de la ciudad, realizar recorridos fotográficos, o eventos que contribuyan a enriquecer la comprensión sobre los valores estéticos de la ciudad y la necesidad de su conservación.

Bibliografía

ALCOCK, A., *Aesthetics and Urban Design*. en:

Hayward R. and Me. Glynn S. (ed.)

Making Better Places. Urban Design Now.

Págs. 42-49 JCUD. O.B.U. Oxford, 1993. CULLEN, G., *El Paisaje Urbano*, Blume, Barcelona, 1978. HARVEY, D., *The Condition of Posmodernity*,

Blackwell Oxford, 1989. HILLER, B. 6 HANSON J. *The Social Logic of*

Space, C.U.P. Cambridge, 1984. JACOBS, J., *The Death and Life of Great*

American Cities, Random House, New

York, 1961. LYNCH, K., *La Imagen de la Ciudad*, Ed.

Infinito Bs. As, 1.970. M.D.E., *Política Urbana*, Ciudades y

Ciudadanía, M.D.E, Bogotá, 1994. NEWMANN, O., *Defensible Spaces*, Crime

Prevention Through Urban Design,

Collier Books, New York, 1978. WILLIAMS, R., *Keywords*, Fontana Croom

Helm London (Citado por Alcock A. en

Making Better Places... 1993: 42), 1976.