

Planeación urbana y comercio en la periferia de clases medias altas

Guénola
Capron

Los emprendimientos comerciales en una metrópoli del sur (Río de Janeiro)¹

Resumen: El presente artículo pretende analizar el papel jugado por los emprendimientos comerciales de tipo *shopping centers* en la planeación urbana así como el *modus operandi* de la intervención sobre el espacio de actores sociales (desarrolladores, habitantes, municipio) involucrados en la producción de las “nuevas” periferias de clases medias altas. Trataremos en particular del caso de plazas comerciales cuyas formas arquitectónicas se jactan de “buena” calidad urbana y respeto al medio ambiente. Lejos de ser una ausencia de reglamentos o un retiro del gobierno de la planeación y gestión de las periferias, el *laissez-faire* es una modalidad particular de intervención de los poderes públicos en ciertos espacios, cuando éstos buscan imponerse y mostrarse en otros, en particular en el centro metropolitano. El comercio establecido de buen nivel socioeconómico es un buen instrumento de visibilización de los actores sociales en diferentes territorios. El artículo se apoya en el estudio de caso de un *shopping center* en Barra da Tijuca en Río de Janeiro donde los juegos de actores a nivel local reflejan la actuación a otras escalas (subregional y urbana) ya que se insertan dentro de un corpus normativo, reglamentario y discursivo municipal.

Abstract: This paper tries to assess the role played by mall development on urban space, as well as in the production of “new” suburbia for the upper-middle classes. The analysis will particularly focus on malls whose architectural design allegedly offers good urban quality and respect for environmental concerns. The *laissez-faire* attitude, far from being a lack of regulation or a mere roll-out of the public authorities from the management and planning of the peripheries, appears to be a specific way of intervening in certain spaces. In other spaces, such as downtown areas, public authorities wish on the contrary to be visible. Luxury commerce appears as a good tool for social stakeholders to gain visibility in different territories. The paper’s empirical dimension is informed by the case study of a mall located in Barra da Tijuca in Rio de Janeiro, where the local choreography of power between the various stakeholders tends to reflect the one that takes place at other scales (zonal and urban), since they are embedded in a municipal corpus of norms, regulations and discourses.

Résumé: Cet article cherche à analyser le rôle joué par les opérations du type «centre commercial» dans l’aménagement urbain ainsi que dans le *modus operandi* de l’intervention sur l’espace des acteurs sociaux (promoteurs, résidents, municipalités) impliqués dans la production de « nouvelles » périphéries de classes moyennes supérieures. Est abordé en particulier le cas des centres commerciaux dont les formes architecturales prétendent offrir une « bonne » qualité urbaine et un certain respect de l’environnement. Le *laissez-faire*, loin de correspondre à une absence de règlements ou à un retrait des pouvoirs publics de l’aménagement et de la gestion des périphéries, est une modalité particulière d’intervention dans certains espaces. Dans d’autres, comme les centres-villes métropolitains, les pouvoirs publics cherchent au contraire à s’afficher. Le commerce établi de standing est en effet un bon instrument de visibilisation des acteurs sociaux dans différents types de territoires. L’article s’appuie sur l’étude de cas d’un centre commercial à Barra da Tijuca à Rio de Janeiro, où les jeux d’acteurs à l’échelle locale tendent à refléter ceux qui se déroulent à d’autres échelles (zonale et urbaine), puisqu’ils s’insèrent dans un corpus normatif, réglementaire et discursif municipal.

[Emprendimientos comerciales, periferia, planeación urbana, actores sociales, Río de Janeiro]

Los GRANDES desarrolladores inmobiliarios comerciales y los actores del hipermercado nunca han estado muy preocupados por la calidad urbana y el medio ambiente, aún si los artefactos comerciales más recientes insisten en fomentar una cierta calidad arquitectónica que también parte, en particular en América Latina, de una estrategia de imagen. Recurrentemente las plazas comerciales son señaladas por ser un factor de fragmentación urbana a través de argumentos que pocas veces han sido científicamente validados: por ser lugares de “consumo”; porque generan una segregación socio-espacial fuerte; porque fomentan la privatización del espacio urbano; por la expansión “incontrolada” de las periferias urbanas.²

También se criticó la mala calidad arquitectónica de los edificios y su falta de respeto hacia el medio ambiente en general. En el caso particular de Francia, René Péron (2005) desmontó este argumento que él califica de elitista, al mostrar que los conjuntos comerciales adquieren una estética para ciertos grupos sociales y al insistir en lo que esconde esta crítica: más que la falta de regulación de la instalación de grandes emprendimientos comerciales (altamente regulada en países como Francia y España), lo que cuestiona el fracaso de esta política son las representaciones que la acompañan: oposiciones erróneas entre el “centro” y la “periferia” urbana, entre el llamado “pequeño” comercio, necesariamente independiente, y el “gran” comercio, forzosamente capitalista. En efecto, en los hechos, el desarrollo de grandes cadenas y emprendimientos de tamaño amplio estuvo muy restringido en los centros urbanos, cuando se expandió sin mayor obstáculo en las periferias a través de diversas astucias que permitieron derogar y esquivar una ley estricta, así como de alianzas no siempre confesables entre actores económicos y políticos (con una corrupción frecuente lejos de ser una exclusividad de países del Sur). No se puede contemplar la cuestión de la “buena forma comercial” sin analizar el contexto de su “formalización” (*mise en forme*, según Rouyer 2004): no sólo su contexto geográfico en una dimensión pluriescalar (del barrio hacia la metrópoli), sino también las prácticas que los acompañan, los discursos, las normas, los valores subyacentes.

En América Latina, salvo en algunos pocos casos, no existe una legislación que rijan la instalación de grandes emprendimientos comerciales. En las áreas urbanas centrales la construcción de estos desarrollos generó una nueva “governabilidad” que se apoyó en alianzas inéditas entre agentes económicos y públicos (Capron 1999). ¿Qué ocurre en las periferias urbanas menos estudiadas, donde se señalan más bien la ausencia de regulación y el *laissez-faire*? De hecho, las periferias urbanas han sido a menudo descritas como tierras de desarrollos exclusivos de *shopping centers* y *gated communities* o como territorios populares de invasión y autoconstrucción (Hiernaux & Lindón 2004), los dos caracterizados por la ausencia de la autoridad pública. Sin embargo, según Patrice Melé (1998), el *laissez-faire*, paradójicamente, es una de las modalidades particulares de intervención de los poderes públicos dirigida hacia agentes privados en ciertos tipos de espacios.

Un enfoque en términos de acción pública (*Ibid.*, *op. cit.*) permite abordar la confrontación, las colaboraciones y alianzas entre actores urbanos que pertenecen a varios ordenes sectoriales (mercantil, civil...) y que posibilitan, o al contrario, frenan la implementación de políticas públicas municipales. Buscaremos analizar como, en el contexto específico de un frente urbano de clase media alta en el oeste de Río de Janeiro, el *laissez-faire* es una de las modalidades de una acción que combina las intervenciones de la municipalidad, de los desarrolladores y de sectores residenciales. En efecto la acción de los agentes de la promoción inmobiliaria y de la gran distribución está enmarcada, regulada, “formalizada” por un corpus normativo y reglamentario que se apoya en un conjunto de discursos que, a su vez, reflejan valores traducidos en los planes de desarrollo y los reglamentos urbanos a escala municipal brevemente presentados en la primera parte del presente artículo. En la última parte del artículo nos basaremos en el ejemplo concreto de una realización reciente con formas más “duraderas”, una plaza comercial a cielo abierto: Downtown en Barra da Tijuca en la zona occidental de Río de Janeiro.

PLANEACIÓN URBANA Y COMERCIO EN RÍO DE JANEIRO: UN CORTE NETAMENTE LIBERAL

Río de Janeiro como muchas otras ciudades en el mundo evolucionó de una planificación moderna rígida a una planeación más flexible. El regreso a la democracia, después de varios años de dictadura, fue marcado por la explosión de iniciativas percibidas como más ciudadanas.

Sin embargo, éstas duraron poco antes de la llegada de una ola neoliberal casi generalizada en el subcontinente latinoamericano en los años 80.

En 1988 Brasil adopta una nueva constitución que pretende ser el resultado de una movilización social fuerte después de la vuelta a la democracia. La constitución instauró la obligación de planes directores para las ciudades de más de 20 000 habitantes. El plan director apunta definir los reglamentos e instrumentos de urbanismo. El plan director de la ciudad de Río de Janeiro votado en 1992, el mismo año de la Cumbre de la Tierra que tuvo lugar en esta ciudad, no tuvo ninguna aplicación efectiva. Voluntariamente anclado en una concepción de la justicia social y de la democratización de la vida política, crea, por ejemplo, herramientas de fiscalización de la tierra. Pero, a su vez, remite a una visión inscrita en el urbanismo moderno. En particular impone una zonificación bastante estricta.

Al final del año 1992 la municipalidad pasa al partido de oposición y un viento neoliberal se derrama en la ciudad. La alcaldía de Río de Janeiro adopta nuevos instrumentos que rompen definitivamente con la planificación moderna. Creado en 1993, aprobado en 1995, e implementado a finales de 1996, el plan estratégico de la ciudad, “Río siempre será Río” define las grandes líneas, los principios y objetivos del desarrollo de la ciudad. A diferencia del plan director, este nuevo instrumento está presentado como una herramienta de planeación flexible, la cual busca posicionar a Río en la escena internacional “global” y atraer a inversionistas. El lanzamiento de un nuevo modelo de gobernabilidad, el retiro del sector público en el financiamiento de la producción de la ciudad, así como la colaboración entre sector público y privado (la inversión siendo básicamente a cargo del segundo) están recalcados a lo largo de las páginas. La movilización de los actores de la sociedad civil y de los actores económicos parece estar en el centro de las preocupaciones. El plan pone el énfasis en la colaboración entre el municipio, la cámara de comercio (la Associação Comercial do Rio de Janeiro) y la Federación de Industrias de Río de Janeiro. Estas dos últimas están encargadas de crear un consorcio que reúna representantes de los dos sectores, en particular de importantes grupos económicos instalados en Río como el grupo de comunicación Globo. El consorcio dirige el equipo técnico que trabaja en la elaboración del plan. Las modalidades de implementación de la participación son bastante borrosas: son menos de 120 “ciudadanos” los que hubieran sido consultados para armar el diagnóstico. Por su lado una fuente municipal habla de 700 personas y 400 organizaciones consultadas para la definición de las estrategias (Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro 2001) y otra de 4 500 participantes (Cf. el sitio de la municipalidad, en la segunda fase del plan estratégico).

Una segunda fase, el “plan estratégico II”, “las ciudades de la Ciudad”,³ 2001-2004, lanzada al inicio del siglo XXI, se centra en la definición de los planes regionales (para las 12 regiones definidas por el plan estratégico y subdivididas en áreas construidas según criterios físicos y naturales). El “plan estratégico II” pone énfasis en la participación de los habitantes (más de 1 000 individuos consultados según las fuentes oficiales), bajo la presión internacional. El plan sigue la lógica del anterior documento, aunque se basa en la idea de un desarrollo “endógeno” y “duradero” de las regiones cariocas “frente a los efectos perniciosos de la globalización” (Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro 2002). La concepción de un desarrollo urbano sustentable anclado en la valoración de los quehaceres y las colaboraciones locales, en la calidad de vida frente a los modelos de producción anteriores que privilegiaban la cantidad sobre la calidad, evacua fácilmente toda dimensión social a nombre de culturas urbanas plurales que garantizan la transmisión a las generaciones futuras, haciéndose eco en las ideas de Richard Knight, pensador neoliberal del desarrollo urbano sustentable (1993, citado por Rouyer 2004). La visión estratégica de la ciudad de Río es claramente de inspiración neoliberal. De hecho, entre los actores “locales”, la colaboración entre investigadores, actores económicos y actores políticos aparece como estrategia central.

El comercio es una actividad económica que contribuye a la competitividad de una ciudad. Si se analiza más específicamente su papel y su importancia en el desarrollo urbano, los dos planes proponen visiones igualmente diferenciadas. Así, en el plan director, vemos que el comercio minorista es principalmente un factor de la estructuración espacial según principios clásicos de planeación territorial, en particular de jerarquización entre “*puntos*”, centros locales, municipales, metropolitanos, y corredores. Este tipo de representaciones del espacio se encuentra en los planes directores de otras grandes ciudades de América Latina, en particular en México (Lulle & Paquette 2005). La desconcentración de actividades y la consolidación de áreas comerciales ya existentes buscan también generar más justicia social y espacial. En el plan estratégico de Río de Janeiro, los comercios y servicios aparecen como elementos de la competencia entre metrópolis, de construcción de redes de ciudades, así como instrumentos de marketing urbano. Se trata de transformar Río en una metrópoli competitiva, en una economía global: crear nuevas centralidades, volver la ciudad atractiva (“convivial”), revitalizar el centro.

La jerarquización de los centros urbanos no parece ser incompatible con la existencia de una ciudad “*polinuclear cuya área central comercial debe ser redescubierta y revalorizada*”; sin embargo, es más bien hacia el centro urbano que hacia los “*núcleos*” que se canalizan las distintas estrategias municipales. La revitalización del centro de la ciudad a través de la “*recuperación*” del espacio público (término consagrado para este tipo de intervención en los centros históricos), el control de las actividades de los vendedores ambulantes, tienen una meta bien identificada: luchar contra la huída de los capitales. Todas las acciones buscan el ordenamiento del espacio urbano, en particular en el centro de la ciudad: la creación de condiciones favorables al desarrollo comercial deberá ser acompañada por una regularización del comercio llamado “*informal*”, por el apoyo a los mercados y las ferias, por una reglamentación más estricta de utilización de las aceras (frente a los vendedores ambulantes). De hecho, entre los proyectos inscritos en la ley de programación financiera de 2001 para el periodo 2002-2005, sólo figuran, en la sección “desarrollo urbano”, la revitalización del centro, la preservación de las plazas y los parques públicos, la recuperación del medio ambiente natural y, en la sección “empleo y microdesarrollo”, las ayudas a las microempresas en particular comerciales para su regularización.

El presupuesto 2002-2005 prevé sólo 2 millones de reales para la dinamización de las áreas comerciales (objeto del programa 0102), para promover el desarrollo y la revitalización económica de la ciudad de Río de Janeiro, “*a partir de los intereses y necesidades propios de cada región*”. Sin embargo, la dimensión territorial y social del comercio minorista nunca es tratada. Las políticas públicas se limitan a intervenciones en el centro urbano, en particular en el arreglo de los espacios públicos y en acciones en contra de los vendedores ambulantes. Son más bien las centralidades tradicionales y el comercio formal los que buscan ser reforzados en los documentos de urbanismo y de planificación. Los *shopping centers* pueden llegar a ser instrumentos de desarrollo urbano de áreas desfavorecidas. Por ejemplo es a nombre de una colaboración entre sector público y sector privado cuyos alcances aquí no evaluaremos, que ciertos baldíos urbanos resultantes del proceso de desindustrialización en el norte de Río, fueron convertidos en *shopping centers* (*Shopping Nova América*, Carrefour en el barrio Vicente de Carvahlo, Norte Shopping -1985).

BARRA DA TIJUÇA: CUANDO EL *Laissez-faire* SE SUSTITUYE A LA PLANIFICACIÓN ESTATAL...

Es en la periferia urbana que el *laissez-faire* realmente se manifiesta como manera de hacer política. Barra da Tijuca que es una gran “centralidad periférica” del oeste de Río de Janeiro al inicio fue el objeto de una planificación estatal, lo que paradójicamente contribuyó a que

el *laissez-faire* se construya en una manera de hacer, otorgando un lugar céntrico y poder a los agentes económicos así como a las asociaciones de propietarios (Serfaty 2000; Capron 2006). En el discurso científico, Barra da Tijuca comúnmente ilustra la manera en que un desarrollo urbanístico privado alimenta procesos de fragmentación urbana y promueve la destrucción progresiva del medio natural.

Según los Censos de población del IBGE la región administrativa de Barra da Tijuca (RA XIV, subdivisión del área de planeamiento número 4 AP IV)⁴ sufrió una expansión demográfica espectacular, una de las más importantes en la ciudad de Río de Janeiro en los años 1980-1990, y más aún en los años 90 (+44%). El *bairro*⁵ de Barra da Tijuca (subdivisión de la RA XIV) es el más poblado y el más denso. En 2000 la región administrativa de Barra da Tijuca tenía 174 000 habitantes (5.9 millones en la ciudad de Río de Janeiro), con 100 000 en el *bairro* de Barra da Tijuca.

Barra da Tijuca sostiene el avance del frente urbano en la zona oeste de Río. De la misma manera que en otros barrios *chics* de Río, las torres de *condominios fechados*⁶ predominan, en particular en el área central del *bairro* de Barra (4 673 casas y 25 755 departamentos según las fuentes oficiales). Entre 1920 y 2000, el frente urbano siguió desplazándose hacia el occidente: Copacabana, Ipanema, Leblon, São Conrado, y a partir de los años 1970-1980, Barra da Tijuca (más recientemente Recreio y poco a poco Grumari). Los núcleos urbanos de Barra, que está geográficamente delimitada por zonas montañosas (macizos y morros) y por la zona natural de Guaritiba, ocupaban tierras poco urbanizadas. El medio natural es una de las pocas reliquias del frágil ecosistema de la región que sufrió un proceso de urbanización fuerte y continuo desde Copacabana hasta Barra.

Ahora bien, ni el plan director del 1992, ni el plan estratégico contemplan realmente el problema de la urbanización de Barra da Tijuca. Sólo recuerdan la vocación turística, comercial y de servicios de la región. La segunda fase del plan estratégico evoca la distribución desigual de comercios y servicios. En comparación, la consolidación comercial de Jacarepaguá, la región administrativa vecina más modesta ubicada en el interior de las tierras y que también creció mucho, es claramente señalada en el plan director. Sin embargo, la preservación del medio ambiente natural busca reforzar la vocación regional: el desarrollo estratégico reflejaría los deseos de los habitantes que son sintetizados de la siguiente manera: “*Sus habitantes desean vivir en una región cuyo motor de expansión económica sea el turismo, que sea un polo de negocios para la ciudad y a la vez que sea atractivo para la diversión y los servicios, y además que se convierta en un modelo de preservación del medio ambiente*”. ¿Qué pasó para que Barra, cuya urbanización en gran parte se hizo cuando la sensibilidad ecológica estaba creciendo (por lo menos en los discursos), siga esquemas de una urbanización en desarrollos privados y cerrados, con un consumo espacial tremendo y una transformación drástica del paisaje natural?

Hasta los años 60, Barra da Tijuca estaba principalmente volcada hacia las actividades agrícolas, cuando sus playas empezaban a atraer Cariocas de la zona sur que traían coche. Existen tres núcleos poblacionales anteriores a 1960. La urbanización masiva empezó con el “Plano Piloto para Urbanização da Barra da Tijuca Pontal de Sernambetiba e de Jacarepaguá” establecido por

Es en la periferia urbana que el *laissez-faire* realmente se manifiesta como manera de hacer política.

el urbanista Lucío Costa a pedido del gobernador de la ciudad. El objetivo era frenar y controlar un desarrollo urbano inevitable e intentar no repetir los errores pasados del litoral de la zona sur. Se buscaba obtener un desarrollo planificado que iba a combinar una inversión pública para las infraestructuras y capitales privados para la edificación. Como se ve, el sector público iba a tener un papel motor en la planificación de Barra. El plan de desarrollo adopta algunos grandes principios inspirados del urbanismo moderno a fin de controlar la urbanización: policentrismo, autonomía urbana, zonificación, separación de las circulaciones peatonales y automóviles, preservación de las características ambientales y paisajísticas de la región.

Uno de los obstáculos a la aplicación del plan que, de hecho era inherente al proyecto inicial, era que, a parte de las infraestructuras de transporte, la realización en su conjunto dependía del sector privado. Los terrenos, de hecho, pertenecían a agentes del sector privado. El plan de Costa refleja las crisis y contradicciones del pensamiento planificador moderno. Así, a partir de los años 80, el proyecto empezó a desviarse de las intenciones iniciales de Lucío Costa quien lo denunció y se retiró. Si los primeros núcleos, Nova Leblon y Nova Ipanema, seguían aproximadamente el esquema de implantación preconizado por Costa (1 km entre cada núcleo, espacios verdes...) estaban cercados por muros que buscaban proteger los habitantes frente a las intrusiones. La continuación de la urbanización de Barra da Tijuca llevada a cabo por agentes inmobiliarios, en particular por el gran capital oligopolístico (para un 70% de los desarrollos entre 1979 y 1988, según los datos de Ribeiro 1997: 319-320), fue en contra de los principios enunciados por Costa. En 1981, esta evolución fue institucionalizada a través de un decreto que modificaba las normas del plan de Costa (tamaño del parcelario, coeficientes de uso de suelo...) y... permitió el *laissez-faire*. La construcción principalmente se concentró en el *bairro* de Barra da Tijuca.

Hoy en día, muchos considerarían el plan de Costa como poco "sustentable" según las normas y los criterios que se asocian a la "buena forma urbana". En 2001 y 2002, según un trabajo de la municipalidad, 76% de las licencias de construcción habían sido otorgadas para la construcción de grandes emprendimientos de más de 10 000 m², de viviendas, oficinas y comercios. Barra da Tijuca tiene una organización espacial zonificada en bandas paralelas que conserva las huellas de su funcionalismo inicial. Alternan una banda costanera, el frente inmobiliario, lagunas, *strips* comerciales, autopistas y morros (véase figura 1). Los edificios verticales produjeron una autosegregación de las clases sociales medias altas. El paisaje es muy urbanizado a pesar de la existencia de los parques y jardines de *condominios fechados* y cuyo acceso está reservado a algunos *happy few* cada vez más numerosos si vemos el *boom* demográfico de Barra da Tijuca.

Barra atrajo a familias con ingresos medios y altos, aunque principalmente, en las representaciones colectivas, se trataría de nuevos ricos, *emergentes*. Habrían sido seducidos por los modos de vida, la naturaleza, las promesas de seguridad propuestas por los *condominios fechados*. La prensa (Globo y su suplemento Barra), la promoción y la publicidad, así como el discurso de la alcaldía, refuerzan estas representaciones. El comercio se concentra alrededor de una verdadera autopista intraurbana que divide el barrio en dos, a lo largo de las orillas de lagunas normalmente protegidas por el plan director de 1992. A pesar de los múltiples ataques contra el medio natural en la región, la imagen "verde" de Barra, las virtudes del paisaje asociadas al argumento publicitario del "nuevo estilo de vida" son utilizadas por los desarrolladores como instrumento de marketing. Las tasas de contaminación son muy elevadas y faltan infraestructuras adecuadas. Las aceras casi no existen, y es muy difícil desplazarse de otra manera que en automóvil. Las plazas públicas representan el 0.1% de la superficie total (contra 2.8% en el centro de la ciudad).

Lo más irónico de la transformación de Barra, es que efectivamente sostiene un cierto desarrollo policéntrico. Sin embargo no es la consecuencia de un urbanismo planificado, sino el efecto de una

urbanización masiva a fines de los años 80 y seguramente de una ola de especulación inmobiliaria. La primera plaza comercial de Barra, Barrashopping, construida en 1980 en el cruce de las dos principales arterias de Barra (véase figura 1), en el mismo lugar donde se tenía que edificar el centro administrativo previsto por Costa, hoy es uno de los más grandes *shopping centers* de América Latina, y no deja de crecer (la última vez fue en 2004). Las plazas comerciales, los hipermercados, los multicines, se multiplicaron en los años 90, a lo largo de las avenidas Das Américas y Ayrton Senna (véase figura 1). Transformaron Barra da Tijuca en el segundo polo comercial y de diversión del área metropolitana de Río de Janeiro, después de la zona sur y de la zona centro: la concentración de teatros, centros culturales y restaurantes es muy fuerte en el sur y en el centro; este último, sin embargo, con una decadencia marcada, y Barra constituye un polo comercial y de diversión sin equivalente pero poco orientado hacia la cultura: una tercera parte de los cines de la ciudad y una tercera parte de las *shopping centers*, están ahí así como la casi totalidad de los parques temáticos (fuente: Censo económico del IBGE, 2000).

Cuando, hasta inicios de los años 80, Barra da Tijuca seguía dependiendo del centro, hoy en día ha adquirido mucha autonomía, en particular comercial. La avenida das Américas, con sus 22 km, forma un *strip* compuesto por manzanas comerciales retiradas de la vía pública, generalmente cercadas, a menos que haya un acuerdo entre gerentes y desarrolladores que permita conectar dos plazas comerciales. Es ahí (así como en la playa o en los *condominios*)

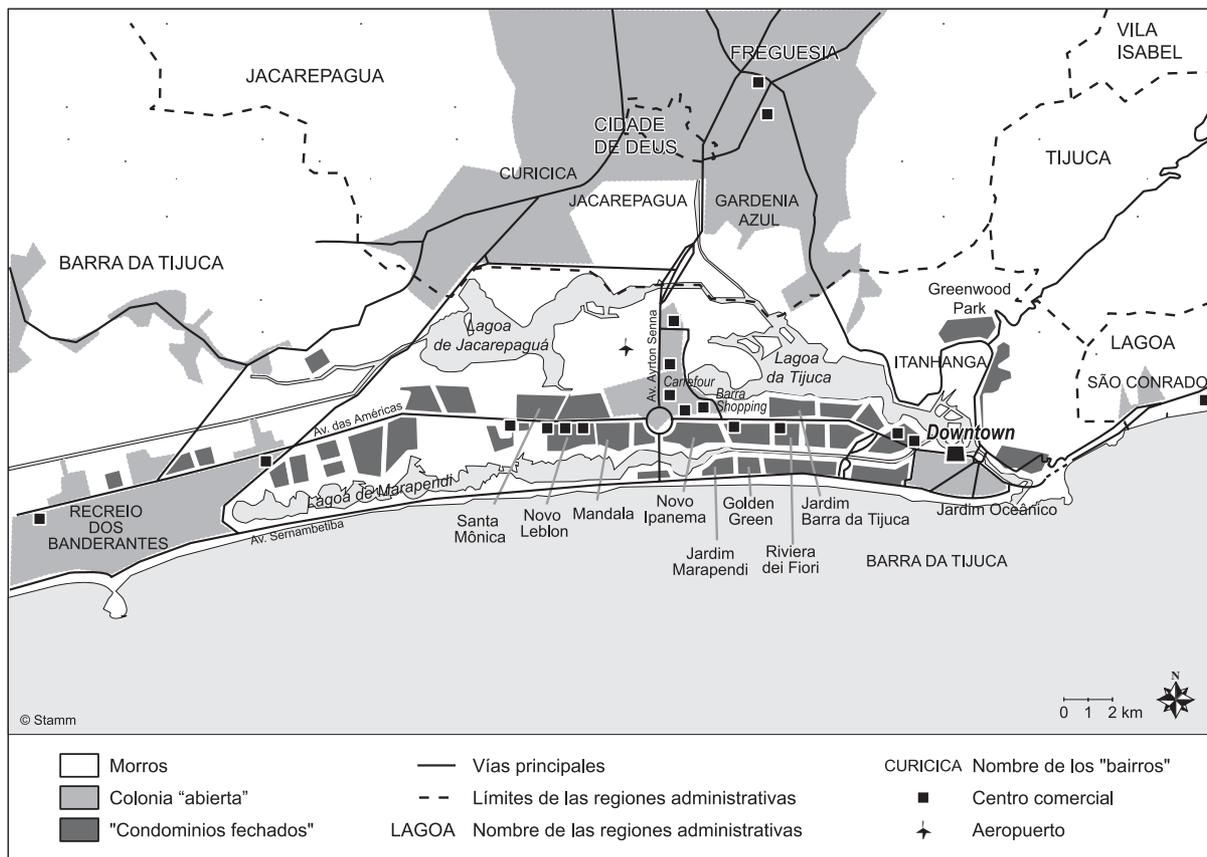


Figura 1 - Barra da Tijuca.

que los residentes van a pasear. Downtown es uno de estos espacios públicos relevante del derecho privado, donde los habitantes de Barra van a disfrutar del placer de encontrarse en una multitud anónima pero no tan extraña en un entorno que pretende producir algo urbano pero donde no se corren riesgos.

EL SHOPPING CENTER DOWNTOWN: CUANDO EL MEDIO AMBIENTE SE VUELVE PAISAJE...

Ahora bien, si bajamos a una escala geográfica mayor, vemos que la acción pública a nivel local refleja la toma de posición y decisión en otras escalas territoriales, en particular a través de los planes.

Downtown es una plaza comercial y de negocios de la tercera generación.⁷ Agrega locales de diversión, comercios y oficinas. Inaugurada en 1998 está localizada en la entrada de Barra en el *strip* ubicado entre la laguna de Tijuca, el comienzo del canal de Marapendi y la avenida das Américas (véase figura 1). La plaza comercial fue diseñada por un famoso bufete de arquitectura (STA Arquitetura) dirigido por un ex alcalde de Río de Janeiro (1996-2000), Luiz Paulo Conde, cuando era secretario al urbanismo (1992-1998). Sus colaboradores llevaron a cabo el proyecto de Downtown. Maia, su sucesor y alcalde a partir de 2000, que, de hecho, antes de ser alcalde, fue presidente del consejo directivo de uno de los *condominios fechados* más grandes de Barra, Novo Leblon. Este último dato recalca el dominio de la ciudad de copropietarios en las decisiones políticas, incluso frente a los desarrolladores. En efecto, en los años 80, los habitantes formaron una asociación AMABARRA que se movilizó contra el Estado y los desarrolladores para exigir infraestructuras adecuadas frente a los grandes problemas ambientales que vivía Barra (Serfaty 2000). En 1988 los desarrolladores presentaron una iniciativa de plebiscito a favor de la autonomía política de Barra y ésta fracasó por la oposición de los residentes. La Cámara Comunitaria de Barra que reúne juntas de propietarios y de vecinos de barrios y condominios cerrados tiene un peso político importante.

En una entrevista Conde se declara públicamente a favor de una arquitectura ecológica, a la vez anclada en las tradiciones brasileñas y volcada hacia la modernidad:

La arquitectura brasileña fue concebida sin aire condicionado con pies derechos elevados, ventilaciones naturales, sistemas de protección contra el sol y venecianas. Llegó Mies van der Rohe con la idea de universalizar el edificio: ahora los edificios de oficinas y de viviendas deberán tener todos el mismo aspecto. Eso se radicalizó y toda la historia de la arquitectura brasileña se perdió. Se pensaba que se iba a resolver todo con la tecnología. Sin embargo, como no éramos una nación tecnológica, la transición de un modelo que consideraba el clima –donde el sol y las sombras eran importantes– a un modelo norteamericano, tecnológico y universalista, fue muy difícil. Es cuando empezaron la “americanización” de la arquitectura y el abandono de lo que le daba algún carácter. Nuestra arquitectura se quedó sin identidad (Melendez & Serapião 2001).

En Downtown, el clima, el aire y el sol son importantes. La casi totalidad de las áreas de circulación y las plazas interiores están al aire libre. El paisaje natural (los morros que se pueden ver desde adentro) contribuye a producir cierta atmósfera. La producción de “ambiencias”,⁸ tendencia relativamente reciente en América Latina en el mercado de los *shopping centers*, está integrada al concepto arquitectónico. La arquitectura y el diseño de los espacios exteriores se inspiran de la ciudad. La plaza comercial está conformada por una sucesión de paseos y placitas con numerosos espacios verdes (véase figura 2). En 2003 Downtown fue seleccionada por la alcaldía para ser uno de los sitios que iban a recibir un festival internacional de danza callejera.

La superficie de la plaza comercial (terreno oficialmente de 16 ha –22 según una nota de prensa crítica–), la amplitud de los espacios exteriores contrastan con la búsqueda de un ambiente barrial a través de la existencia de esquinas, calles, etc. El objetivo del desarrollador es reconstituir una “ciudad dentro de la ciudad”, una “mini-ciudad”, y más específicamente una ciudad a escala “humana”, “sobre medida”. El eslogan de la plaza comercial, “una ciudad sobre medida, sólo para ti” incluso se refiere explícitamente a una expresión de Costa acerca de la urbanización de Barra da Tijuca (Araujo Gomes da Silva 2004). El desarrollador apuesta con la proximidad y la familiaridad, y pretende producir un regreso al placer de la caminata, a las formas de la ciudad y a los espacios públicos tradicionales en una parte de la ciudad que mucho carece de ellos (“um bairro com complexo de metrópole, onde tudo é grande, super, mega”, *Jornal do Brasil*, 05/04/97). De hecho usuarios encuestados dicen gozar de la tranquilidad y de la aeración. Describen seguido Downtown como una pequeña ciudad, y a veces la comparan con tal barrio o con otra calle comercial del centro de Río. El nombre estadounidense escogido para la plaza comercial, “Downtown”, con mejor imagen que “centro comercial” según el director de la plaza en una entrevista, no sólo refleja la inserción urbana de Barra en el desarrollo de Río, sino también el papel que pretende jugar Downtown en Barra: un centro urbano alternativo con cierta autonomía en empleos, comercios, parques de diversión. Sin embargo Barra da Tijuca, a diferencia de los *downtowns* de las grandes metrópolis estadounidenses, se está poblando rápido, y tienen un desarrollo comercial acelerado.

El emprendimiento Downtown buscó una rentabilidad inmediata: el espacio central, el “negocio ancla” que está construido por un múltiplex, una universidad, un restaurante y un área de comida, quedó a manos del desarrollador São Marcos; el resto fue comercializado y vendido a inversores (entre cuales Globopar, una rama del potente grupo de comunicación Globo). Por lo general los locales están alquilados a empresas de servicios en los pisos altos y a comercios en las plantas bajas. La densidad de locales, muy elevada (1 307 en total, con 520 para el comercio minorista y los servicios) y la superficie promedia de los locales, baja, son buenos indicadores del carácter especulativo del emprendimiento en relación con otras plazas comerciales cuya administración queda a manos del desarrollador. Es lo que explica que Downtown no sea reconocida como “*shopping center*” por la Asociación Brasileña de



Figura 2 - Vista aérea de Downtown: la ciudad dentro de la ciudad.

Fuente: Administración Shopping Downtown

Shopping Centers, la ABRASCE. En 2003 la cantidad de locales vacíos (alrededor de 500) era alta, y el desarrollador empezó a reorientar su estrategia de marketing, convirtiendo poco a poco Downtown de centro de negocios y compras a plaza comercial y de diversión.

La especulación fue muy activa en Barra da Tijuca en los años 90. Algunos sostienen que los negocios de Paulo Conde florecieron durante su mandato de alcalde y que la construcción que incluyó a varios trabajos de STA nunca se portó tan bien en Barra da Tijuca, con múltiples excepciones a los reglamentos de urbanismo y a la legislación ambiental. Ahora bien, se podría esperar que la plaza comercial de Downtown respete unos reglamentos ambientales, si vemos las declaraciones de Conde y las acciones llevadas a cabo por él y por Maia en este momento (en particular el plan estratégico que impulsó Conde). Una nota de prensa publicada en el *Jornal do Brasil* cuando se inauguró Downtown, subraya que “*el proyecto prevé (...) un trabajo paisajístico que respete la defensa del medio ambiente*” (20/02/97), o sea, en este caso, la creación de espacios verdes (3 ha) y la protección de 6 ha de manglar.

En agosto de 1996, la secretaría de medio ambiente creada poco tiempo antes pidió al desarrollador disminuir la superficie del terreno ocupado a cambio de un eventual aumento del coeficiente de uso de suelo, para proteger la vegetación instalada en una duna de 9 m de altura en las orillas de la laguna. El desarrollador rechazó esta posibilidad que no cuestionaba el proyecto en sí y no promovía tampoco una visión de la naturaleza virgen e intocable, sino cierta preservación de un ecosistema frágil. Uno de los argumentos invocados por el promotor era que el proyecto comercial tenía amplias áreas verdes que sustituían la vegetación destruida y que éstos contribuirían a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Barra. El desarrollador no respetó la recomendación de la secretaría y obtuvo una autorización de retoque de la vegetación de un organismo municipal, la Fundación Parques y Jardines, mediante el pago de una multa de 1.2 millones de reales (aproximadamente 120 000 euros), o sea una gota de agua en el océano de las recetas previstas para la venta de locales de la plaza comercial.

El fin de semana siguiente el dueño de las tierras, el grupo São Marcos, se apropió del terreno y destruyó toda la vegetación. La única consecuencia que sufrió fue el pago de una multa compensatoria que consistió en la plantación de especies vegetales en las dunas de Barra, lo que generó el enojo del secretario del medio ambiente. Este episodio pasó desapercibido. El desenlace del conflicto terminó por el pago de una multa según el principio de “contaminador-pagador”, pero no llevó a la reposición del medio natural.

Downtown pretendió tener una forma arquitectónica y urbana de calidad, pero contribuyó poco a la preservación del medio ambiente. Muy alejado de una colaboración, el *laissez-faire* va más allá de las declaraciones de principio de actores políticos que pueden tener intereses en este tipo de desarrollo urbano, o de las oposiciones eventualmente expresadas por ciertos sectores municipales poco homogéneos y que pueden ser en conflicto entre ellos. No es tanto que los reglamentos no existan ni que las autoridades públicas carezcan de instrumentos para aplicarlos, sino que dan libertad hacer en ciertas zonas de la ciudad para poder intervenir en las que, según ellas, comprometen más la imagen urbana. Por último, en esta periferia por lo menos, es la naturaleza que actúa como imagen urbana, como *decorum*, paisaje objetivizado e instrumentalizado por actores privados.

CONCLUSIÓN

Así como en otras grandes ciudades latinoamericanas donde ha prevalecido el neoliberalismo en la implementación de políticas urbanas, la colaboración entre actores privados y públicos fue privilegiada por la acción pública en Río de Janeiro. En un área periférica de clases medias altas como Barra da Tijuca, la producción de la ciudad es el producto de una alianza entre ciertos

sectores del gobierno municipal, los agentes económicos del capital oligopolístico, algunos “expertos” del mundo académico que mantienen una relación estrecha con la esfera política y con la esfera económica e individuos que representan a los habitantes en asociaciones y juntas de propietarios y vecinos y presionan las decisiones públicas cuando sus intereses están en juego. En Barra da Tijuca, si los residentes llegarán a preocuparse por la destrucción de unos cuantos metros cuadrados de manglar, es probable que no se emocionarán por las formas urbanas poco permeables promovidas por semejantes desarrollos urbanos.

Aunque resulta difícil definir, desde un punto de vista urbanístico, que sería un “buen” desarrollo comercial (cuyos principios a menudo están cargados de valores y prejuicios), resulta claro que no es tanto por la ausencia de herramientas de regulación que la periferia se vuelve el campo de predilección de los agentes económicos privados y de los habitantes de clases medias, a menudo a costa del medio ambiente. Ciertos territorios más que otros son escenas dignas de la visibilidad de la presencia pública. Lo que no quiere decir que están ausentes en las periferias: lo están de otra manera en particular a través del *laissez-faire* que es otro tipo de *modus operandi*.

NOTAS

- 1 La información básica de este artículo proviene de un proyecto de investigación financiado por el CNRS (« *programme ATIP- Jeunes chercheurs* »). Participaron Bruno Sabatier, del CIRUS-CIEU, Pierre Fernandez, de la École d' Architecture de Toulouse, y Mauricio Pereira, de la Universidade Federal do Rio de Janeiro (FAU). Este trabajo también debe mucho a la reflexión sobre desarrollo sustentable iniciada dentro del centro de investigación CNRS, el CIRUS-CIEU, bajo el nombre de *Scènes de débat et enjeux locaux du « développement urbain durable » : Analyse des conditions de labellisation de projets dans plusieurs contextes métropolitains* (2004). Agradecemos mucho a Alice Rouyer, del CIRUS-CIEU, por las ideas que generó sobre el desarrollo urbano sustentable, así como, en otro rubro, a Stéphanie Ronda, del Institut d'Études Politiques d'Aix-en-Provence, por su atenta lectura y sus consejos acertados.
- 2 Lo cual no quiere decir que no lo podrían ser a través de un protocolo científico. Para algunos elementos de reflexión sobre la relación entre fragmentación, segregación urbana y plazas comerciales, véanse Capron y González, 2005. Hace falta recordar que los mercados también son lugares de un consumo asociado al ocio y que estamos viviendo en sociedades de consumo, por cierto cada vez más excluyente. La segmentación de las clientelas y el manejo de la accesibilidad tanto física como simbólica seguramente son los instrumentos más poderosos de la segregación.
- 3 Los dos son disponibles en el sitio del municipio de Rio: www.rio.rj.gov/planestrategico
- 4 Estas áreas (AP, RA, *bairro*) son definidas en el Plan Director.
- 5 La palabra portuguesa “*bairro*” se puede traducir por barrio aunque, en Brasil, corresponde a una división territorial a veces bastante amplia.
- 6 Conjuntos residenciales cerrados.
- 7 Se habla de “generaciones” para señalar los tres modelos de plazas comerciales que se desarrollaron desde inicios del siglo XX: la primera comprende plazas de un solo piso con dos negocios “anclas” vinculados entre sí por locales; la segunda, plazas con varios pisos, sin necesidad de negocios anclas identificados; la tercera, plazas “al aire libre”.
- 8 La “ambiencia”, neologismo que, sin embargo, se ha adoptado dentro del medio profesional para distinguirlo de “ambiente”, es un concepto desarrollado por arquitectos, sociólogos, etc. Busca analizar la manera en la cual los individuos perciben un espacio y esta percepción configura los usos del espacio. Se diferencian los trabajos orientados hacia el estudio de la producción espacial de las “ambiencias” (el control de los parámetros físicos del espacio arquitectónico y su manejo para que produzcan los efectos deseados sobre los usos) y los trabajos centrados en la construcción social de la “ambiencia” (Cf. Adolfe 1998).

BIBLIOGRAFÍA

- Adolfe, Luc 1998 - *Ambiances architecturales et urbaines*. Éd. Parenthèses. Marseille.
- Araujo Gomes da Silva, Luciana 2004 - Barra da Tijuca: o concebido e o realizado. *Revista geo-paisagem* 3 (6). Rio de Janeiro.
- Capron, Guénola 1999 - Limites et défis de la gouvernance urbaine en Amérique latine. Une analyse à partir de la théorie du régime urbain et de l'opération commerciale d'Alto Palermo à Buenos Aires. *Revue de Géographie de Lyon* (4): 325-334. Lyon.

- Capron, Guénola & Salomón González Arellano 2005 - Las escalas de la segregación y de la fragmentación urbana. *Trace* (49): 65-75. Centre d'Études Mexicaines et Centraméricaines. Mexico.
- Capron, Guénola (dir.) 2006 - *Quand la ville se ferme : Quartiers résidentiels sécurisés*. coll. Bréal, D'autre part, Paris.
- Hiernaux, Daniel & Alicia Lindón 2004 - La periferia: voz y sentido en los estudios urbanos. *Papeles de Población* (42): 101-123. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca.
- Jaillet, Marie-Christine *et alii* 2005 - « Sociétés et espaces métropolitains face à l'injonction au développement durable : une approche internationale ». Rapport de fin de contrat du programme interdisciplinaire *Développement urbain durable* du Ministère de la recherche et des nouvelles technologies. Université de Toulouse-2 le Mirail, Toulouse.
- Knight, Richard 1993 - Des villes viables pour un développement durable. *Revue internationale des sciences sociales*, février, UNESCO : 41-73. Paris.
- Lulle, Thierry & Catherine Paquette 2005 - Nuevas centralidades comerciales y planificación urbana: ¿Un desfase creciente? Los casos de la Ciudad de México y de Bogotá. *En CD-Rom del seminario internacional Comercio y movilidad urbanas en tiempos de metropolización*, 11-13 de julio. México.
- Melé, Patrice 1998 - *Patrimoine et action publique au centre des villes mexicaines*. Éditions de l'IHEAL, Presses Universitaires de la Sorbonne, Paris.
- Melendez, Adilson & Fernando Serapião 2001 - Entrevista a Luiz Paulo Conde, A americanização da arquitetura levou ao abandono das coisas que lhe deram caráter. *Projeto design* (260). Rio de Janeiro.
- Péron, René 2005 - *Les boîtes. Les grandes surfaces dans la ville*. L'atalante, coll. Comme un accordéon. Nantes.
- Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, Instituto Pereira Passos, Diretora da Informações Geográficas 2001- Meio ambiente e sustentabilidade. *Rio Estudos* (9). Rio de Janeiro
- Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, Instituto Pereira Passos, Diretora da Informações Geográficas 2002 - Plano estratégico da Cidade do Rio de Janeiro. *Rio Estudos* (78). Rio de Janeiro.
- Ribeiro, Luiz Cesar de Queiroz 1997 - *Dos cortiços aos condomínios fechados- as formas de produção da moradia na cidade do Rio de Janeiro*. Civilização Brasileira, IPPUR, UFRJ, FASE, Rio de Janeiro.
- Rouyer, Alice 2004 - « Développement urbain durable : pistes de lecture et réflexions préliminaires. » Document de travail CIRUS-CIEU, Université de Toulouse-2 le Mirail. Toulouse.
- Serfaty, Karine 2000 - « Quartiers fermés et scène publique. Le cas de Barra da Tijuca ». Maîtrise en géographie, Université Paris-1, École d'Architecture Paris

Recibido: 14 de septiembre, 2006

Aceptado: 15 de diciembre, 2006