

Espacios públicos mercantilizados: el caso del parque urbano La Mexicana, CDMX

Yadira Contreras Juárez¹

Octavio Castillo Pavón²

Adriana Guadalupe Guerrero Peñuelas³

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo analizar la creación de un parque urbano en la CDMX para comprender el contexto donde se ha construido, así como las dinámicas que se gestan en el espacio público verde y que derivan en fenómenos de mercantilización de los espacios públicos verdes.

El espacio público, según Borja, es “el espacio público moderno [que] resulta de la separación formal (legal) entre la propiedad privada urbana y la propiedad pública” (2003: 122, citado en Vega 2017), que supone que este suelo libre de construcción es destinado al uso comunitario o a equipamientos colectivos de interés general (Vega, 2017: 26). Sin embargo, la crisis de los espacios públicos es derivada de las formas en que se ha llevado el proceso de urbanización a finales del siglo XX y lo que ha transcurrido del siglo XXI. Lo anterior, se observa en la privatización de la ciudad, en la discontinuidad física del paisaje urbano lo que conlleva a espacios difusos y fragmentados

En este sentido este trabajo discute el concepto de espacio público y de mercantilización de estos para dar cuenta de cómo son objeto de consumo en las ciudades posindustriales. Se eligió al parque urbano La Mexicana en la ciudad de México (CDMX) como el ejemplo empírico que muestra una tendencia al desarrollo de espacios públicos, en este caso espacios públicos verdes, con características del *place making*, es decir espacios sólo de contemplación y consumo, donde los ciudadanos quedan reducidos a clientes dependientes de múltiples servicios con tendencia a privatizarse y no de socialización para producir identidades urbanas.

El trabajo culmina con un análisis acerca de la forma en cómo se está produciendo espacio público en las ciudades posfordistas y evidenciar que la manera de hacer ciudad con políticas urbanas neoliberales ha desencadenado espacios de elitización, exclusividad y de gentrificación.

Conceptos clave: Espacios públicos, mercantilización, parque urbano La Mexicana

¹ Dra. en Antropología Social Profesora-Investigadora de la Facultad de Planeación Urbana y Regional, Universidad Autónoma del Estado de México, ycontrerasj@uaemex.mx

² Dr. en Urbanismo Profesor-Investigador de la Facultad de Planeación Urbana y Regional, Universidad Autónoma del Estado de México, ocastillop@uaemex.mx

³ M. en Ciencias Profesora-Investigadora de la Facultad de Planeación Urbana y Regional, Universidad Autónoma del Estado de México, agguerrerop@uaemex.mx

Introducción

A finales del siglo XX y principios del siglo XXI las ciudades fueron consideradas como nodos de actividades económicas vinculadas con actividades de tipo financiero (Sassen, 1994 citado en Olivera, 1999: 77). Fue entonces que el paisaje urbano empezó a tornarse posfordista/posindustrial. Una ciudad con estas nuevas funciones presentaba la construcción y/o remodelación de edificios para oficinas, para departamentos, es decir para aquellas nuevas actividades vinculadas con las economías financieras y de servicios. Por lo tanto, también se visualizó la producción de centros comerciales, malls, plazas comerciales que complementaron el nuevo paisaje urbano. Así, las ciudades han desempeñado funciones estratégicas en la aplicación de las políticas neoliberales porque fueron los lugares más importantes para deslocalizaciones económicas de lo que fue el crecimiento fordista-keynesiano (Theodore, Peck y Brenner, 2009). Olivera (2014) lo precisa como la aceleración de reformas urbanas que hicieron de la ciudad un lugar atractivo para el capital neoliberal.

En este contexto, el del neoliberalismo, los espacios públicos también han tenido modificaciones. Mitchell (2000) ha señalado que la mercantilización de este tipo de espacios ha conllevado a cambios radicales en el diseño y uso de estos. En esta tesitura, Hernández Pulgarín (2015) argumenta que existe la idea de convertir a la ciudad en un objeto de mercado. En este mismo orden de ideas, Borja (2012) ha señalado que el gran espacio público es la ciudad, por lo tanto, debería ser un espacio de la producción de ciudadanía y donde se gesticule la democracia ciudadana. Sin embargo, el mismo autor nota que la globalización y el modelo neoliberal han hecho que los espacios públicos tengan un proceso urbanizador característico del actual modelo capitalista globalizado (Borja, 2012).

Este trabajo tiene el objetivo de analizar la creación de un parque urbano en la CDMX para comprender el contexto donde se ha construido, así como las dinámicas que se gestan en el espacio público verde y que derivan en fenómenos de mercantilización de los espacios públicos verdes. El ejemplo empírico que sostiene lo anterior es el parque urbano La Mexicana como un ejemplo de mercantilización de los espacios públicos verdes. A través de recopilar datos en gabinete y en trabajo de campo con la técnica de la observación se analiza el espacio público verde. En la discusión teórica se argumenta la postura de que los espacios públicos, en este caso los parques, son productos o son el resultado de intervenciones que están mediados por ideologías hegemónicas que predominan según el contexto, en el caso que nos ocupa por modelos y políticas neoliberales que se reflejan en el diseño y administración de espacios públicos verdes.

La evidencia empírica que se eligió para mostrar la mercantilización de espacios públicos verdes fue el parque urbano La Mexicana, parque que se ubica en una de las zonas más exclusivas de la ciudad de México, Santa Fe. A partir de realizar recorridos de campo, observación en el área de estudio y entrevistas informales a integrantes de la asociación de colonos de Santa Fe en el mes de julio, se obtuvieron datos cualitativos que se complementaron con la información que ofrece la página web del parque.

Este trabajo se integra de tres apartados. El primero ofrece un argumento alrededor de los espacios públicos como productos de las políticas del marketing urbano que se inclinan por ofrecer espacios de contemplación de lo verde anteponiendo funciones como la social que se inclina por promover la cohesión social y diversidad cultural, así como generadores de identidad y pertenencia. El segundo apartado es la evidencia empírica, el parque urbano

La Mexicana. Es un parque público que se localiza en el poniente de la ciudad de México en la ZEDEC (Zona de Desarrollo Controlado) Santa Fe. Tiene una extensión de 28 hectáreas de las cuales se han construido 20. Este parque es producto de una serie de negociaciones que se gestaron entre el gobierno de la Ciudad de México y la Asociación de Colonos de Santa Fe que derivó en un acuerdo para que los vecinos organizados de zona de Santa Fe operaran y mantuvieran el parque con recursos autogenerados (<https://parquelamexicana.mx/la-mexicana/>). El tercer apartado es la discusión de los resultados.

Ciudad y Espacio Público

Para Borja, el espacio público es “el espacio público moderno [que] resulta de la separación formal (legal) entre la propiedad privada urbana y la propiedad pública” (2003: 122, citado en Vega 2017), que supone que este suelo libre de construcción es destinado al uso comunitario o a equipamientos colectivos de interés general (Vega, 2017: 26) .

Borja (2012) sostiene que el espacio público debería ser el espacio de uso de lo colectivo, el ámbito donde los ciudadanos deberían sentirse libres e iguales, es la expresión de la democracia en lo territorial (205). Para el autor el espacio público es aquel en donde la sociedad escenifica y representa la diferencia, su diversidad, contradicciones y expresa sus demandas y conflictos y construye memoria colectiva, al mismo tiempo, es un espacio que está en crisis por los procesos de urbanización actuales que han dado un paisaje a la ciudad de fragmentación, segregación, cerrada y privatizada lo que genera exclusión y espacios clasistas, es decir, espacios para quienes el derecho a la ciudad si es viable y para aquellos a quienes el derecho a la ciudad es un realidad inexistente.

En palabras de Carrión (2016) el espacio público es el componente de la vida colectiva de una ciudad porque se representa la integración estructural y simbólica de la sociedad. Por ello, la producción de los espacios públicos es la creación de los encuentros sociales, de la formación de las identidades urbanas y donde se produce ciudadanía para derivar en sociedades incluyentes y democráticas.

Sin embargo, en las sociedades actuales se aprecia una crisis de los espacios públicos que es derivada de las formas en que se ha llevado el proceso de urbanización a finales del siglo XX y lo que ha transcurrido del siglo XXI. Lo anterior se observa en la privatización de la ciudad, en la discontinuidad física del paisaje urbano lo que conlleva a espacios difusos y fragmentados. Para Borja (2012) “el espacio público en estas extensas zonas de urbanización discontinua y de baja densidad prácticamente desaparece, los ciudadanos quedan reducidos a habitantes atomizados y a clientes dependientes de múltiples servicios con tendencia a privatizarse” (206).

Ante esta idea de tendencia a la privatización de los espacios públicos que ha mencionado Borja (2012), por su parte, Giglia (2017) ha analizado cómo la postura del *place making* como la lógica que se ha seguido en la renovación de los espacios públicos en las ciudades tiene la intención de diseñar una ciudad, y por lo tanto espacios públicos de consumo en donde se contemplan el paisaje, y las reglas de uso son dadas por los que hacen los proyectos y cierto tipo de población dejando de lado a los sectores populares de esta toma de decisiones. Borja (2012) menciona que los espacios públicos pierden su cualidad ciudadana cuando se convierten en espacios viarios, en áreas de turistificación o de ocio y

museificadas. Razonamiento que ya había manifestado Debord (1967, citado en Ullán, 2014) en la década de 1970 al hacer mención de que los espacios públicos formaban parte de la sociedad del espectáculo, evidenciando que la ciudad formaba parte del consumo y de la alienación que producía el capitalismo. De este modo, los espacios públicos han sido intervenidos con las lógicas económicas que aprovechan símbolos urbanos, arquitectura patrimonial, es decir, elementos que pueden ser susceptibles de mercantilizar.

La mercantilización del espacio público

Como ya se había mencionado, las transformaciones que han tenido las ciudades en las últimas décadas están impregnadas de, por un lado, un cambio en la forma de hacer ciudad desde el punto de vista de las políticas urbanas neoliberales y, por otro lado, la construcción política de las relaciones económicas. En este sentido, la mercantilización de los espacios públicos está situada en una relación entre el Estado y el mercado, es decir asociaciones público-privadas que conducen las formas de administrar el espacio público donde el Estado contrata empresas de distintos servicios urbanos, un ejemplo de lo anterior es el Central Park en la ciudad de Nueva York (Mitchell, 2000). Al contratar empresas privadas para que vigilen y administren los espacios públicos, Zukin (1995, citado en Mitchell, 2000) menciona que lo anterior deriva en un control de los espacios y conlleva, de manera implícita o explícita, a preguntarse qué individuos tienen derecho a este espacio público y quiénes están excluidos de él, de manera simbólica o material, o en algunos casos de manera legal.

La mercantilización del espacio público se observa en los cambios que han tenido las calles, los parques, los jardines, las plazas, entre otros. Estos espacios se convierten en sinónimo de espacios comerciales, de consumo, donde se espera que los individuos consuman el espacio público a través de plazas comerciales, restaurantes al aire libre, cafeterías en parques y jardines, es decir, los cuerpos humanos se capacitan para gastar monetaria y simbólicamente cuando hacen uso de la ciudad comercializada, según palabras de Mitchell (2000). Lo que antes se concebía como un espacio colectivo, de uso comunitario y se esperaba un derecho a la diferencia (Delgado, 2007 citado en Vega, 2017) ahora se enfrenta a quién puede pagarlo y, por lo tanto, a quién pueda usarlo.

La idea de espacio público donde se creaba ciudadanía, ahora se ha convertido en producir consumidores para quienes la idea de uso de lo público está atravesada por una selección de comprar imágenes, estilo de vida y objetos materiales que conllevan a un tipo de paisaje urbano específico.

En esta lógica, la de consumir los espacios públicos a través de la monetización, se van creando atmósferas de elitización y desplazamiento. Personas con poder adquisitivo que puede adquirir el uso del espacio a través de reglas y normas que se imponen con dispositivos de seguridad privados y/o públicos como cámaras de vigilancia o personal de seguridad conlleva a una exclusión o autoexclusión de las personas en el uso de ciertos espacios en la ciudad, así se presenta una selección de quién puede usarlo y quién no, se selecciona a las personas que cumplan las características o los requisitos para ello y las actividades a realizar (ya sea por reglamentos), los demás, los que no encajan, serán desplazados, excluidos informalmente a partir de símbolos, marcadores culturales o, como ya se mencionó, por

reglas escritas. Lo anterior ha originado fenómenos como gentrificación en los espacios públicos (Zukin, 1995).

Para Zukin (1995) un factor primordial en la producción de espacios públicos mercantilizados es el papel que tienen los acuerdos entre organizaciones privadas y el gobierno local para gestionar y administrar ciertas áreas de la ciudad. A partir de argumentos como disminuir la inseguridad, recuperar arquitectura patrimonial, embellecer la ciudad se crean asociaciones que diseñan espacios con una visión de ocio urbano dirigido al consumo a partir del gasto monetario. De esta manera, se consolidan proyectos que son atravesados por la lógica de la producción neoliberal (Alvarado, 2019).

En suma, el espacio público se delinea más por una lógica de cultura comercial que ha normalizado los espacios de consumo en paisajes rodeados de paisajes corporativos, de plazas comerciales, de restaurantes y plazas comerciales. Es decir, de símbolos y prácticas que se entrelazan con lo que Zukin (1995) denomina los lenguajes simbólicos de la exclusión.

Parque Urbano La Mexicana

Generalidades

El parque urbano La Mexicana (PULM) está ubicado en la avenida Luis Barragán 505 col. Santa Fe, alcaldía Cuajimalpa de Morelos (ver imagen 1). El parque La Mexicana se encuentra al poniente de la Ciudad de México en una de las zonas económicas más importantes y exclusivas de la ciudad, la zona de Santa Fe.

Antecedentes. El Megaproyecto Urbano de Santa Fe tuvo el objetivo de desarrollar 9 km² para atraer inversión global por medio de la creación de un plan de gran escala que no sólo albergaría compañías transnacionales, sino también lujosos centros comerciales, servicios como cafés, bares y restaurantes, cines, teatros, hoteles, escuelas y universidades, hospitales, comunidades cerradas de alto nivel y exclusivos edificios de departamentos (Moreno, 2016). Para lograr lo anterior se tuvo que echar mano de la planeación urbana para su desarrollo, particularmente, el Programa General de Desarrollo Urbano del DF 1987- 1988 (PGDUDF).

Tres instrumentos fundamentales se convirtieron en los instrumentos operativos más útiles para adecuar el quehacer inmobiliario: la declaración de las ZEDECS, la Transferencia de Potencialidades y los Corredores Urbanos. Para el caso de las ZEDECS se utilizaron como instrumentos de gestión de usos de suelo. En julio de 1988 se establecieron 31 ZEDECs, disminuyendo gradualmente a finales de 1994 a 22 autorizadas, la mayoría localizadas en áreas urbanas de ingresos medio-altos y altos, donde las asociaciones vecinales negociaban con la autoridad los usos de suelo predio por predio (Vite, 2005, citado en Aquino y Aguilar, 2022).

Es gracias a la ZEDEC que en Santa Fe las organizaciones de vecinos logran negociar diversas concesiones como son: los cambios de uso del suelo, cambio en las densidades o revertir la construcción o no de un determinado equipamiento o servicio. Este es el caso del Parque Urbano La Mexicana, originalmente destinado a vivienda de interés social (Aquino y Aguilar, 2022).

Imagen 1. Localización Parque Urbano La Mexicana, CDMX



Fuente: <https://u-storage.com.mx/wp-content/uploads/2018/01/parque-la-mexicana-01-800x367.jpg>

El PULM se ubica en lo que fue una mina de arena que funcionó en la década de 1930-1960, después, de 1970-1980, funcionó como basurero (Alvarado, 2019). Este espacio para inicios del siglo XXI se proyectó como un espacio para producir vivienda de interés social. Según Alvarado Jiménez (2019) el entonces jefe de gobierno del Distrito Federal (ahora Ciudad de México, CDMX) anunció que se expropiarían dos predios de la ZEDEC Santa Fe para construir vivienda de interés social. Sin embargo, el anuncio ocasionó reacciones entre los colonos de la zona porque rompía con el paisaje de exclusividad con el que se había urbanizado la zona. La Asociación de Colonos de Santa Fe criticó el proyecto y entre los argumentos que expusieron para impedir que se llevara a cabo fueron la falta de áreas verdes en la zona, el precio del suelo en la zona disminuiría el plusvalor, otro fue la saturación de servicios públicos y el aumento de tráfico y movilidad (Delgado, 2017).

En el periodo de gobierno de Mancera, específicamente el 21 de abril de 2016, se creó el Sistema de Actuación por Cooperación (Delgado, 2017). Es un instrumento que está contemplado en la Ley de Desarrollo Urbano con la finalidad de crear asociaciones entre el gobierno local y el sector privado con la finalidad de realizar proyectos de mejoramiento urbano (Delgado, 2017). Fue así como se concreta el parque La Mexicana, a través de la negociación entre colonos y gobierno local para impedir un proyecto de vivienda popular y asegurar un proyecto verde en la zona. Con nuevo arbolado, sistemas de captura de agua de lluvia para el riego de las áreas verdes WiFi gratuito, área de juegos, ciclista, zonas para paseos de mascotas, entre otras amenidades, que no le costaría inversión monetaria al gobierno local y donde el sector privado invirtió 2 mil millones de pesos (Delgado, 2019).

De esta manera, se creó uno de los proyectos urbanos verdes más importantes de la ciudad de México que se confió a la Asociación de Colonos de Santa Fe⁴ quienes fungen como representantes del parque. La concesión del manejo del parque La Mexicana y los recursos que se obtienen de este son administrados por la Asociación de Colonos y en palabras de Delgado (2017) pone en riesgo el carácter público del proyecto.

El contexto

El parque La Mexicana se encuentra al poniente de la Ciudad de México en una de las zonas económicas más importantes y exclusivas de la ciudad. Esta zona se ha proyectado ante el mundo globalizado del siglo XXI como la cara de la modernidad en México. Este estandarte de modernidad y opulencia contrasta con una de las zonas más pobres y marginadas de la ciudad, curiosamente divididas tan solo por una serie de barrancas y zanjas de pedregal de no más de kilómetro y medio (Alvarado, 2019: 45).

El PULM fue inaugurado en noviembre de 2017 y fue diseñado para que sea económicamente sostenible, según datos recopilados en trabajo de campo (julio 2022) el parque no recibe erogación alguna de ningún nivel de gobierno, sino que, para la administración, operación y aprovechamiento de este, la Asociación de Colonos de Santa Fe se encarga de recabar ingresos que son administrados a través de un fideicomiso.

Según la página web del parque este tiene la visión de “ser un parque metropolitano gratuito de primer nivel y con vocación social, un punto de encuentro para la recreación, la cultura y el deporte en donde se promueve el amor por la naturaleza y la apreciación de la belleza” (<https://parquelamexicana.mx/la-mexicana/>) y su misión es “brindar a los visitantes la mejor experiencia en un parque. Operar con los más altos estándares de seguridad y mantenimiento. Ofrecer variedad de espacios, así como programas recreativos, culturales y deportivos (<https://parquelamexicana.mx/la-mexicana/>).

El PULM tiene 23 áreas, es decir se identifican desde zonas de entradas, restaurantes, servicios de renta de bicicletas, tiendas de autoservicios o venta de accesorios para mascotas, zonas de áreas para mascotas, zonas verdes y zonas de convivencia y socialización. Entre estas se observan áreas en las que el consumo suele ser a través de la transacción monetaria como: alimentos y bebidas, compra de alimentos en centros de autoservicios, renta de bicicletas, es decir para que se pueda brindar una experiencia en el parque, como lo anuncia la misión de la administración, se necesita un gasto monetario. También existen áreas en las que no se requiere realizar gastos de dinero. Por ejemplo, el área de lagos, el área de juegos, las trotapistas, la zona de lagos (ver imagen 2), entre otras.

⁴ La Asociación de Colonos de Santa Fe es un grupo que integra no solo a los habitantes de los condominios de Santa Fe, sino también a las empresas que enclavaron sus sedes corporativas en el lugar (Alvarado, 2019) como Bimbo, universidades públicas como la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Cuajimalpa, Universidades privadas como la Universidad Iberoamericana y el Tecnológico de Monterrey.

Zonas identificadas en el parque urbano La Mexicana:

Puerta Norte	Jardín de Toboganes
Puerta Sur	Plaza Mirador
Fuente de Caracol	Jardín Abierto
Jardín Puertas Rosas	Anfiteatro
Puertas Rosas	Concha Acústica
Jardín Oculto	Lagos
Jardín Canino	Puente Peatonal Luis Barragán
Jardín Infantil	Reserva Natural
Skatepark	Costco
Puente Peatonal José Villagrán	Fuente central
Plaza Central	Jardín Central
Terraza Gourmet	

Fuente: <https://parquelamexicana.mx/la-mexicana/>

Imagen 2. Zona de Lagos, Parque Urbano La Mexicana, CDMX



Fuente: archivo propio, 2022

Las actividades que se sugieren realizar en el parque suelen ser clasificadas por grupos de edad. Para los niños suele haber áreas de juegos infantiles que se entrelazan con áreas de consumo de alimentos para los padres. Para los adultos mayores recomiendan la contemplación del parque junto con la invitación a consumir en los restaurantes. Para los grupos de población que suelen correr por la trotapista, que tiene una longitud de 2 kilómetros, suelen mostrar, en el mapa de la página web, el circuito. Y finalmente, actividades para mascotas caninas, éstas suelen ser en áreas específicas del parque, además en las entradas de los restaurantes suele haber recipientes de agua para que beban los caninos mientras sus dueños consumen (<https://parquelamexicana.mx/>). En todas las recomendaciones que ofrece el parque se visualiza la invitación para el consumo de sus instalaciones combinando áreas con costo monetario y sin él.

La mercantilización en el Parque Urbano La Mexicana

El PULM abre todos los días de 5 am a 21 horas, es decir hay una restricción de entrada por las noches lo que impide que personas sin hogar o en condición de calle lo puedan usar.

Según Mitchell (2000) el consumo en los espacios públicos se observa con la colocación de plazas comerciales, restaurantes al aire libre, cafeterías en parques y jardines, es decir, los cuerpos humanos se capacitan para gastar monetaria y simbólicamente cuando hacen uso de la ciudad comercializada. El consumo, como lo menciona Mitchell (2000), en el parque La Mexicana se visualiza a partir de ciertas áreas que fueron diseñadas para realizar un gasto monetario:

1. El área denominada “Terraza Gourmet” que ofrece restaurantes.
2. El pabellón que ofrece cafetería y venta de accesorios para mascotas.
3. El área de tiendas donde se ubica una tienda de autoservicio
4. Y por último está el servicio de renta de bicicletas.

1. El área de restaurantes es una sección del parque denominada “Terraza Gourmet” (Ver imagen 3). Hay 17 restaurantes que ofrecen alimentos y bebidas que tienen variedad en gastronomías internacionales como oriental, italiana, mariscos, etc. Los horarios oscilan entre 8 y 22 hrs. del día. Un comensal puede gastar, en promedio, entre 200 y 500 pesos mexicanos en comida y/o, bebidas.

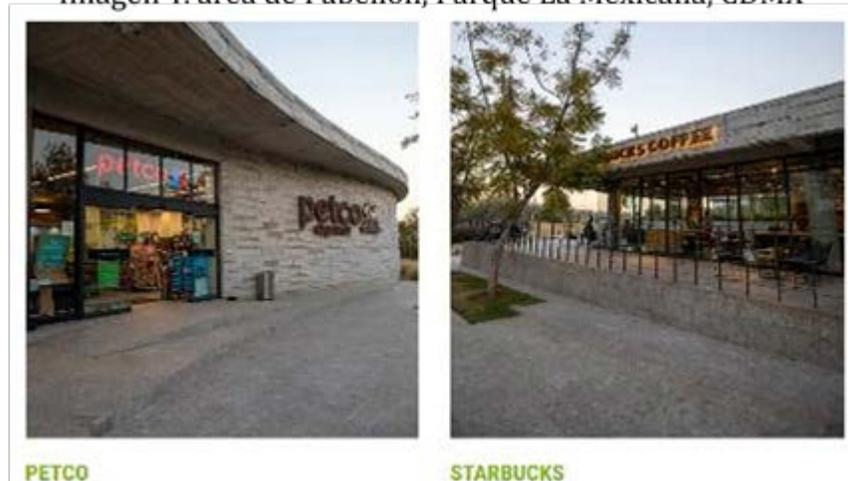
Imagen 3. Terraza Gourmet, Parque La Mexicana, CDMX



Fuente: <https://pbs.twimg.com/media/ENO-prnU8AUymqH?format=jpg&name=large>

2. Otra zona es la del pabellón que ofrece dos tipos de servicios: una cafetería de una cadena trasnacional, Starbucks, y una tienda de venta de mascotas y accesorios para estos denominada PETCO (Ver imagen 4). Esta última se ubica al lado del jardín canino, un espacio acondicionado exclusivamente para caninos donde se observa equipo y aparatos para que los perros puedan andar sin correa mientras sus dueños los vigilan desde mesas y asientos dentro de la misma área (Ver imagen 5).

Imagen 4. área de Pabellón, Parque La Mexicana, CDMX



Fuente: <https://parquelamexicana.mx/restaurantes-y-tiendas/>

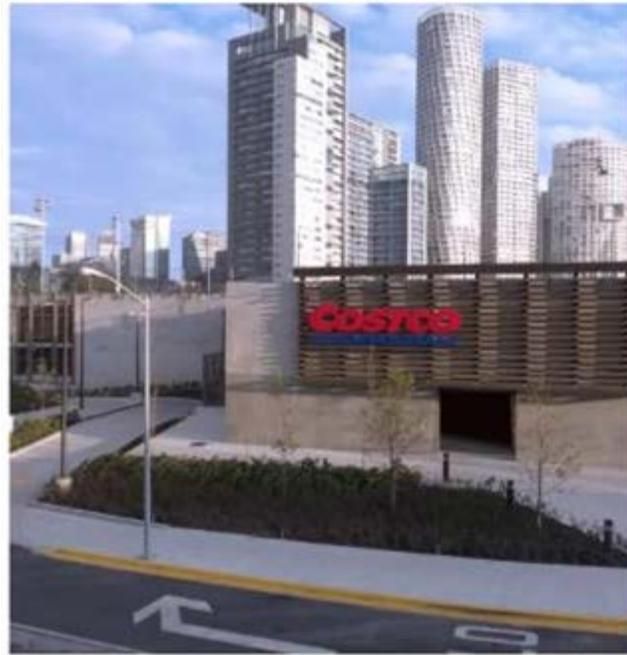
Imagen 5. Jardín canino, Parque La Mexicana, CDMX



Fuente: <https://parquelamexicana.mx/>

3. El área de tiendas lo constituye la cadena de autoservicio Cotsco. Es una cadena transnacional de tiendas de autoservicio con un formato de club de precios exclusiva para socios miembros con membresía vigente, esta se ubica entre la avenida Tamaulipas y la avenida Santa Fe no. 128 (ver imagen 6).

Imagen 6. Área de tiendas, Parque La Mexicana, CDMX



Fuente: <https://parquelamexicana.mx/restaurantes-y-tiendas/#costco>

4. Por último, se encuentra el servicio de renta de bicicletas a través de la empresa DEZBA que es una empresa mexicana dedicada a la micromovilidad que renta vehículos personales que funcionan mediante una aplicación. Para tener acceso al servicio de renta de bicicletas la empresa solicita un proceso de tres pasos: 1) descargar la aplicación de la empresa, 2) darse de alta y 3) ingresar una tarjeta de crédito/débito (<https://www.dezba.mx/>).

En los recorridos de campo realizados en la zona de estudio se observó el uso de bicicletas en los andadores del parque por jóvenes varones y mujeres que, siguiendo con la lógica del proceso de la empresa, debieron rentar los vehículos no motorizados a través de una tarjeta bancaria.

Estos espacios de consumo dentro del parque funcionan como un proceso de inclusión/exclusión que disminuye su carácter de público. Zukin (1995) expone que en el caso del Central Park en Nueva York el diseño del parque presenta una visión enfocada al ocio urbano materializado en consumo. La constante es un usuario que paga por estos servicios y que valora el parque como objeto de consumo visual y material.

Otro aspecto que indica la mercantilización y un descenso de lo público es la seguridad privada con la que cuenta el parque que es la encargada de vigilar que se cumpla con el reglamento del parque. Este reglamento lo integran 11 reglas que regulan las actividades que están permitidas y las que no. Entre algunos lineamientos que deben seguir los usuarios del parque está el cuidado de las áreas verdes, el uso correcto de los espacios, por ejemplo, el uso correcto de los circuitos si se usan patines, patinetas, bicicletas y carritos, además está prohibido fumar. En este parque público está prohibido hacer picnic (una comida donde los comensales están sentados en las áreas verdes) con más de 20 personas. Si excede este

número se debe solicitar autorización a la administración del parque. En este rubro también está prohibido el uso de sesiones fotográficas profesionales sin previa solicitud. Es decir, para que se pueda desarrollar una actividad como esta última se debe pagar por el uso del parque. Otra área que necesita solicitud de permiso y requiere un pago es el uso del anfiteatro y concha acústica.

Dentro de lo que queda prohibido son eventos sociales como XV años, bautizos, o sea eventos religiosos, además de proselitismo o actos políticos. El ambulante. Reparto de folletos o volantes. Clases con costo en el skatepark o clases de otro tipo con o sin costo. En lo general estas son algunas reglas, cada área del parque tiene sus propios criterios de uso, por ejemplo, la zona de lagos o las fuentes.

La seguridad privada con la que cuenta el parque es la encargada de vigilar que el reglamento se cumpla a cabalidad. Por ejemplo, si los miembros del área de seguridad notan algún incumplimiento de las reglas suelen desempeñar su papel de cuidadores del parque al pie de la letra. Alvarado Jiménez lo menciona como “una vigilancia extrema sobre algunos visitantes del parque que no comparten el mismo tipo de vestimenta o que no consumen en los locales comerciales que están instalados dentro del parque” (2019: 50). Es decir, la administración del parque se ha convertido en un árbitro entre los grupos o personas que quieran usar el parque para deportes, manifestaciones, personas sin hogar en condición de calle o entre las personas que viven y/o trabajan en la zona exclusiva de Santa Fe contra aquellos que viven en los pueblos cercanos como los habitantes de San Mateo Tlaltenango, Santa Lucía, Santa Rosa Xochiac, San Pablo Chimalpa, Santa Fe, entre otros.

Conclusiones. La mercantilización de espacios públicos verdes

En este trabajo se ha mostrado cómo los espacios públicos han seguido la tendencia de la privatización, simbólica o material, a partir de crearse como escenarios de consumo que incluyen y excluyen a los habitantes de la ciudad. Este estudio permite conocer las estrategias de mercantilización que suelen utilizarse para el consumo de un parque en un contexto neoliberal.

Los espacios públicos se han visualizado como áreas de recreación para los habitantes de las ciudades con funciones sociales, urbanas y ambientales deberían cumplir para la zona en donde se ubican y en general para la ciudad. Sin embargo, en un contexto posindustrial las ciudades tienen lógicas de mercantilización que han permeado la forma de construir espacios urbanos, las funciones no se han logrado alcanzar del todo, convirtiendo, por ejemplo, a los parques urbanos en escenarios con una aprobación normativa de consumo que incita al usuario a tener una experiencia de sociabilidad pública en un escenario donde comer y platicar en restaurantes y cafeterías se convierte en un ritual público dentro de un espacio público verde.

El diseño del parque y las amenidades de este hacen que el parque urbano La Mexicana sea un espacio privatizado. El grado de privatización que se observó en este fue a partir de identificar oferta de productos y servicios junto con actividades que se vinculan con un tipo de población en particular. Alvarado Jiménez (2019) lo menciona como un espacio público que se ha abierto a la población de la zona exclusiva de Santa Fe y se ha cerrado a los pobladores de los pueblos aledaños. Es decir, es abierto para unos y cerrado para otros.

Siguiendo con este orden de ideas, el de la inclusión y la exclusión, las actividades que se realizan y la forma en cómo se consume el parque crean actitudes hegemónicas que derivan en lenguajes simbólicos de quién puede usar el parque y quién no. Al interior del parque también suele visualizarse lo anterior. En las distintas áreas se observa a las personas que consumen en las zonas de restaurantes y cafeterías y aquellas que consumen el parque en las zonas donde el gasto monetario no se requiere, como la zona de lagos, o de jardines. Es decir, se genera una autodisciplina de qué tipo de espacios pueden ser usados y por quién. Así se van creando atmósferas de elitización, tanto dentro del parque, como fuera de este.

La idea de crear y rescatar espacios públicos está acorde con las funciones esenciales de este que, según autores como Borja (2012) y Carrión (2016), se enmarcan en una sociedad productora de ciudadanos que, gracias a los espacios públicos, pueden aprender la cultura cívica de la inclusión, la diversidad y la cohesión de los ciudadanos diferentes que componen a las ciudades.

Referencias

- Alvarado Jiménez, M.** (2019). "Parque urbano La Mexicana. La consolidación de un proyecto inmobiliario al amparo del discurso de la sostenibilidad", *Tiempo UAM. Sociedad, Cultura Y Tecnología*, Año 1, vol. II, núm. 1, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 39-56
- Aquino Illescas, V. H. y Aguilar Martínez, A. G.** (2022). "La Verticalización Corporativa del Espacio Urbano en la Ciudad de México (1940-2018)", *Revista de Geografía Norte Grande*, 81: 161-182
- Borja, Jordi.** (2012). *Revolución urbana y derechos ciudadanos: Claves para interpretar las contradicciones de la ciudad actual*. Tesis Doctoral. Facultad de Geografía e Historia. Universidad de Barcelona.
- Carrión, F.** (2016). "El espacio es una relación, no un espacio", *La reinención del espacio público en la ciudad fragmentada* (pp. 13-47). México: UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales: Programa de Maestría y Doctorado en Urbanismo.
- Delgado, M.** (2017), "La Mexicana: Malos negocios", *La Silla Rota*. Recuperado a partir de <https://lasillarota.com/opinion/columnas/la-mexicana-malos-negocios/194969>
- Giglia, A.** (2017), "Espacios públicos, sociabilidad y orden urbano. Algunas reflexiones desde la Ciudad de México sobre el auge de las políticas de revitalización urbana", *Revista Cuestión Urbana*. Buenos Aires, Argentina. Año I. No. 2
- Mitchell, Katharyne** (2000), "The culture of urban space", *Urban Geography*, 21:5, 443-449, DOI: 10.2747/0272-3638.21.5.443
- Moreno Carranco, María** (2016). *Geografías en construcción. El megaproyecto de Santa Fe en la ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.
- Parque Urbano La Mexicana**, s/f., <https://parquelamexicana.mx/la-mexicana/> 28 de julio 2022

Ullán de la Rosa, F. (2014), *Sociología urbana: de Marx y Engels a las escuelas posmodernas*. España. Centro de investigaciones Sociológicas.

Vega Centeno, P. (2017), “La desigualdad invisible: el uso cotidiano de los espacios públicos en la Lima del siglo XXI”, *Territorios* (36), 23-46. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5097>

Zukin, S., 1995, *The Cultures of Cities*. Oxford, UK: Blackwell