

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



MÍRAME QUE SOY REALIDAD

Los imaginarios de modernidad en las representaciones de cinco avenidas de Lima : La Marina, Javier Prado, Próceres, Huaylas y Tomas Valle

Tesis para optar el Título de Licenciado Sociología que presenta:

Hans Adrián Bürkli Bürkli

ASESORA : CARMEN ROSA BALBI SCARNEO

Diciembre, 2013

A mi abuelo,

a los árboles que plantamos juntos,

en los sueños que dejamos atrás.



Agradecimientos

Esta investigación no hubiese sido posible sin el apoyo y la ayuda de muchas personas que me acompañaron durante este arduo proceso y merecen mi más sincera gratitud.

A mi familia toda, mis tíos y primos. En especial a mi abuelo, a quien le dedico este trabajo, y a mi madre, que me ayudó a ser perseverante muchas veces a pesar de mí mismo.

A los amigos que me ayudaron desde las versiones preliminares hasta la producción de la tesis, haciendo encuestas, sacando copias y tomando fotos: Emilio Salcedo, Diego Juscamaita, Juan Miguel Espinoza, Carlos Mevius, Ana Molina, Elena Chávez y Vilma Zavaleta. A la compañía sincera de Raúl Espinoza, José Castro, Jorge Hernández, Javier Pizarro, Gabriel Antúnez de Mayolo y Carlos Sánchez. A las pequeñas y grandes muestras de afecto de quienes considero grandes amigas: Elke, Maricarmen, María, Tania, Vilma y Mara; y en especial a Luz Pérez y Alvaro Paredes, por las sonrisas amables, los buenos momentos y los abrazos honestos.

A la profesora Carmen Rosa Balbi, por tener la voluntad genuina de comprometerse con la investigación y acompañarme rigurosamente durante el año que tomó terminar la tesis. Al profesor Pablo Vega Centeno por su ayuda constante y por sus valiosas ideas. Al profesor Guillermo Rochabrum, por la cálida disposición que siempre ha tenido conmigo. Además, agradezco al personal de la facultad de CCSS, en especial a Carla Rodríguez y al personal de Biblioteca: Víctor Hugo, Carlos, Alberto, Perci, Griselda y Lourdes.

Asimismo, agradezco a la Dirección de Gestión de la Investigación (DGI), por financiar esta investigación ganadora del Programa de Apoyo al Desarrollo de Tesis de Licenciatura (PADET) del 2012 y el estudio preliminar que fue a su vez ganador del Programa de Apoyo a la Investigación para estudiantes (PAIN).

Finalmente, quisiera agradecerle especialmente a Roxana Urquiza, por pintar de verano todos estos días.

Introducción	04
Introducción	04
Justificación del tema	14
Hipótesis	18
Explicación del método de trabajo	20
1. Imaginarias en movimiento:	22
1.1 Ciudad los flujos y la fragmentación	22
1.2 El transeúnte en la gran ciudad	25
2. Las Limas que se fueron:	34
2.1 La ciudad colonial	36
2.2 La ciudad sectorial	40
2.3 La ciudad dualizada	51
2.4 La ciudad fragmentada	56
3. La llegada de la ciudad anuncio:	67
3.1 De Lima a Nueva York: modernidad y fragmentación	68
3.2 Mírame que soy realidad: ciudad y publicidad	80
3.3 “Como te ven te tratan”: la imagen y los imaginarios urbanos.....	87
4. Publicidad y Modernidad: Resultados del trabajo de campo	87
5. Conclusiones	128
Bibliografía	
Anexos	

Introducción

Desde los inicios de la industrialización a finales del siglo XVIII, el desarrollo de las ciudades modernas ha estado ligado fuertemente al desarrollo de las *fuerzas productivas*, entendidas como la capacidad humana para producir sus propios medios de subsistencia. En este sentido, para entender a las ciudades contemporáneas debemos entenderlas en función a los procesos y transformaciones de las formas en que los hombres producen sus medios de vida, es decir, sus *modos de producción*¹.

Tal como explica De Mattos (2006: 43): “Las transformaciones urbanas y territoriales observadas durante las últimas décadas se encuentran condicionadas estructuralmente por el desencadenamiento y la afirmación de una dinámica económica sustantivamente diferente a la que se había configurado a partir de la Gran Depresión de 1929”. La aparición de las nuevas políticas liberales luego del modelo keynesiano², y la articulación de la producción por las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC en adelante), llevaron a una reestructuración productiva dando lugar a lo que Castells (1995) denominó el *modelo de desarrollo informacional* que afectó directamente a las ciudades.

¹ El término de “modo de producción” se refiere a la forma en que se organiza la actividad de los individuos que producen sus medios de vida y con ello “su propia vida material”.

² El keynesianismo fue un modelo económico que surgió en Estados Unidos como respuesta a la gran crisis de 1929. Este modelo afirma que es el consumo el que produce la fuerza motriz para la producción.

“Cada modo de desarrollo queda definido por el elemento que es fundamental para determinar la productividad del proceso de producción. [...] En el modo de desarrollo informacional, [...] la fuente de la productividad se basa en la calidad del conocimiento, el otro elemento intermediario en la relación entre fuerza de trabajo y medios de producción. [...] Lo que es específico del modo de desarrollo informacional es que [...] el conocimiento moviliza la generación de nuevo conocimiento como fuente clave de la productividad” (Castells. 1995: 33-35).

Castells (1995:18) sostiene que la interacción entre este modelo de desarrollo y la forma de producción han generado nuevas formas sociales que confluyen en la ciudad, en particular en el surgimiento del *espacio de flujos*, como un nuevo sistema de organización material de la sociedad en el que se conecta todo el mundo a través de los flujos de poder, capital, información, etc. Las transformaciones que hemos mencionado orientaron la organización, funcionamiento y expansión de las metrópolis en Latinoamérica en la misma dirección que al resto de ciudades en proceso de globalización más allá de sus respectivas particularidades.

En la línea de lo señalado por De Mattos, es posible identificar ciertas tendencias principales en las metrópolis latinoamericanas como resultados de dichos procesos globales. La primera de estas tendencias es el surgimiento de una nueva dinámica urbana generada por la transformación de las estructuras productivas. Con el surgimiento de las empresas red se deslocalizó la cadena productiva de un lugar específico expandiéndose a diferentes lugares del planeta,

ubicándose en grandes aglomeraciones urbanas generando una transformación de la estructura, la organización, el funcionamiento y el paisaje de las ciudades.

Por un lado, estos fenómenos impulsaron el proceso de urbanización de las economías emergentes; y por otro lado, las grandes ciudades se convirtieron en focos de atracción de los centros administrativos de las empresas y de los flujos transnacionales de la globalización. Con ello las grandes ciudades se ubicaron ventajosamente en relación a las ciudades de menor escala que terminaron articulándose a ellas. Al mismo tiempo se inició una relativa desindustrialización y un aumento progresivo de la tercerización convirtiendo a los servicios en el nuevo núcleo de la economía y con ello las ciudades que operaron como nuevas centralidades de las redes productivas, se convirtieron en el lugar privilegiado para la localización de las actividades administrativas de la economía global.

Una segunda tendencia que podemos identificar es el surgimiento de nuevos criterios urbanísticos producto del incremento de los negocios inmobiliarios. Fenómeno que se produjo, en primer lugar, por el cambio de enfoque de gestión pública basado en la planificación urbana racionalista. Esta apuntó hacia un enfoque orientado a la neutralidad del Estado, reduciendo con ello tanto la planificación como la inversión pública. En segundo lugar, por el aumento de la oferta de capital inmobiliario, producto de la creciente movilidad de las inversiones privadas por encima de fronteras nacionales. Y finalmente, por la

adopción de estrategias de competitividad urbana y *city marketing*, que buscaban aumentar la inversión inmobiliaria privada en las ciudad. Estas estrategias son una forma de competitividad interurbana institucionalizada como parte de la gestión urbana, que busca mejorar las condiciones necesarias para atraer inversiones y turistas.

Una tercera tendencia se refiere a los cambios en la morfología urbana producidos por los impactos de las TIC y el aumento de la movilidad espacial en la ciudad que han generado procesos de *periurbanización*, la expansión urbana de los sectores en la periferia de la ciudad y *policentralización*, el surgimiento de diversos centros económicos en la ciudad. Ello implicó un cambio de la configuración urbana, en tanto ya no se trataba de una organización según centro - periferia, en donde el centro de la ciudad concentraba la mayor cantidad de población, servicios y actividades; sino que se ve una forma urbana compleja, articulada en torno a diversos sistemas productivos centrales que se constituyeron como los focos de la organización territorial emergente. (Méndez 2001)

Estas redes productivas consolidaron cambios en el modelo económico que acentuaron la movilidad hacia territorios más extensos y una progresiva articulación a sistemas productivos de otros centros urbanos aledaños. Con ello, centros pequeños que no se habían urbanizado se ensamblaron a la dinámica económica dominante; no a través de su incorporación espacial a la mancha

urbana, sino principalmente en su relación funcional con esta. La integración de la región metropolitana se consolidó a través de un entramado de múltiples redes comerciales y productivas, que originaron nuevos patrones de urbanización según una trama continua de asentamientos alrededor de focos especializados.

Este modelo de expansión metropolitana implicó que la mayor parte del crecimiento urbano se concentró en las zonas articuladas a los circuitos económicos que no necesariamente se encontraban en el centro de la gran ciudad metropolitana³. A su vez, ello implicó una transformación en la organización y el funcionamiento de las ciudades, provocando una progresiva reducción de la incidencia de la distancia en las decisiones de localización territorial, tanto en el caso de las familias como de las empresas, permitiéndoles optar por lugares más lejanos de los que habitualmente elegían en la ciudad industrial.

Una última tendencia se manifiesta en la aparición de nuevos equipamientos y en la uniformización del paisaje urbano. Las dinámicas económicas y el crecimiento de los negocios inmobiliarios de los últimos años en América Latina han propiciado la aparición y proliferación de edificaciones emblemáticas de las grandes ciudades globalizadas tales como centros comerciales, shoppings, hipermercados, urbanizaciones cerradas, edificios

³ Si bien ya habían existido otros procesos de periurbanización en Latinoamérica, este en particular no se explica por las migraciones de los años 50, sino por la expansión de los patrones de asentamiento de las empresas y de las familias con nuevas demandas de vivienda (De Mattos,2006:60)

inteligentes, así como el surgimiento de nuevos distritos de negocios o formación de redes de distritos corporativos, que terminan por homogenizar el paisaje de las ciudades independientemente de la identidad específica de cada ciudad⁴.

A pesar de la tardía irrupción de este tipo de intervenciones urbanas en las metrópolis latinoamericanas, estas se han convertido en las principales expresiones simbólicas de la nueva fase de modernización capitalista, generando un fuerte impacto en el funcionamiento y la organización de la vida cotidiana de cada ciudad. Contribuyendo también a destacar partes de la ciudad reforzando su estructura policéntrica y revalorizando su imagen metropolitana a imagen de otras metrópolis, como parte del *city marketing*. (De Mattos 2006: 67) Sin embargo, estas transformaciones ocurren en espacios concretos con características e historias determinadas que influyen directamente en la ciudad misma.

En esta revisión de las principales consecuencias de la reestructuración productiva en la transformación de la ciudad encontramos, en primer lugar, que las transformaciones han propiciado condiciones favorables para la afirmación de una lógica capitalista en el desarrollo urbano favoreciendo los negocios inmobiliarios⁵. En segundo lugar, la estructura metropolitana parece obedecer un patrón, según el cual no solo la ciudad se expande territorialmente, sino que se complejizan

⁴En Castells (1999) los espacios de flujos reflejan la aspiración a establecer una conexión cultural entre sus nodos, marcando una tendencia hacia la uniformidad arquitectónica.

⁵ Es importante anotar que esta nueva fase del capitalismo provee de una nueva mirada sobre el valor del suelo urbano, la cual termina atrayendo la inversión inmobiliaria.

frente a los nuevos flujos del capital por el surgimiento de nuevos centros económicos, y en tercer lugar, los cambios en la configuración de las ciudades se evidencian en la homogenización del paisaje de las ciudades por el surgimiento del nuevo equipamiento urbano.

Las transformaciones que hemos visto han implicado cambios profundos en la configuración de las ciudades latinoamericanas, sin embargo, estos procesos no son ajenos a los habitantes, por el contrario, son ellos quienes viven, experimentan y le dan sentido a estas transformaciones. Para profundizar en esta relación partimos de la distinción planteada por M. Delgado (1999), quien a su vez retoma a Lefebvre (1969), y sostiene que la ciudad se refiere a la composición espacial determinada, mientras que lo urbano, en cambio, se asocia con un estilo de vida marcado por la propagación de “*urdimbres relacionales deslocalizadas e inestables*”⁶.

Así, mientras la ciudad es la estructura física espacial, lo urbano se refiere a la sociedad, que se hace y se deshace una y otra vez en la ciudad. Ello implica la construcción de un entramado de relaciones entre el espacio y sus habitantes a través de usos, prácticas, significados, etc. Es desde esta relación entre la ciudad y lo urbano que nos preguntamos ¿cómo se construye la experiencia de la ciudad frente a las transformaciones que hemos descrito?, es decir ¿cómo los habitantes

⁶ La idea de “*urdimbres relacionales deslocalizadas e inestables*” se entiende como redes o lazos sociales que no permanecen en un espacio ni tiempo determinados.

experimentan la metrópolis en la que viven y cómo se producen las representaciones sobre esta?

En esta línea, nuestra investigación se centrará en el caso de Lima para estudiar cómo sus habitantes producen representaciones de la ciudad como metrópolis moderna, en tanto que estas comprenden formas de entender, experimentar y vivir la ciudad. Las transformaciones que hemos revisado han implicado cambios en la configuración, pero también en el paisaje de las ciudades. La imagen de la ciudad es producida socialmente por las dinámicas y procesos que ocurren en y fuera de ella.

Así, Lima es en parte el resultado del abrupto crecimiento urbano que se deriva de las oleadas migratorias de la mitad de la década pasada, y que ha llevado a la creación de una ciudad conurbada, basada en los diversos polos (o conos) de crecimiento económico. Al mismo tiempo, tal como señalamos líneas arriba, también es el resultado de los procesos de globalización que impulsaron la proliferación de centros comerciales, la construcción de grandes hoteles y torres financieras, y la aparición de estructuras publicitarias entre otros fenómenos que configuran la imagen de las metrópolis modernas en todo el mundo⁷.

Esto nos lleva a reflexionar sobre la valoración de los habitantes sobre su ciudad como punto de partida para crear una identificación, una apropiación y un

⁷ En el segundo capítulo ahondaremos con detalle en el proceso de producción de Lima, así como en los distintos factores que influyeron en este.

cuidado del espacio público. Desde aquí, nuestro interés se centra en cómo se crea el imaginario de modernidad de la ciudad en función a estos nuevos artefactos en ella, ya que las representaciones, antes que la imagen, las inciden en la relación que establecen los habitantes con su ciudad.

En particular nos centraremos en la publicidad exterior, es decir en las estructuras publicitarias instaladas en el espacio público. Si bien los anuncios publicitarios en las calles y vías públicas son parte de las estrategias de marketing de diversas empresas, también son un elemento característico de la imagen de las ciudades modernas⁸. Lo específico de estas estructuras es que responden a una lógica privada dentro de un espacio público, y de hecho, están diseñadas específicamente para ello. A diferencia de los centros comerciales estas no se construyen como nodos o puntos de llegada, son parte de los recorridos diarios de los transeúntes. De manera tal que para autores como Joseph (1988), y Taussig (1995) representan una forma particular de relacionarse con y en la ciudad.

Por todo ello, en concreto, nos preguntamos lo siguiente: **¿Cómo la publicidad, como parte del equipamiento urbano de las grandes ciudades contemporáneas, genera un imaginario de modernidad en la ciudad?** Con este fin nos proponemos investigar sobre los *imaginarios* urbanos, que se elaboran en los ejes de la Lima conurbana; seleccionamos las avenidas La

⁸ En el tercer capítulo se podrá encontrar una detallada tipología de la publicidad exterior.

Marina, Javier prado, Próceres, Huaylas y Tomas Valle. Nuestro objetivo es explorar las representaciones que producen los transeúntes frente a los distintos paisajes urbanos de Lima, poniendo especial énfasis en el papel de la publicidad en esta producción y la relación que se teje entre el transeúnte, como sujeto por excelencia del espacio público, y la imagen de la ciudad.

Justificación

Cuando G. Nugent (1991) analizó el cementerio y el mercado en *El zorro de abajo y el zorro de arriba* de José María Arguedas, buscó comprender “el lugar de la tradición como significado para el presente”, como punto de partida para comprender el mundo de la modernización capitalista (133). Frente a ello podemos decir que buscamos preguntarnos por el lugar de la modernidad como significado para el presente de los limeños. A diferencia del cementerio, que representa el lugar de los muertos, el pasado y la tradición; las avenidas representan el movimiento, la transformación y la modernización en la ciudad. En este sentido, al preguntarnos por los imaginarios de modernidad esperamos conocer el horizonte de modernidad que producen los limeños.

La importancia de estudiar las representaciones de modernidad de las avenidas de Lima, es que, en primer lugar a través de dichas representaciones podemos conocer la relación que se construye entre las personas y el espacio público que habitan. En particular, porque al centramos en las representaciones,

podemos entender la relación entre la ciudad, como el espacio público socialmente construido y sus habitantes, desde el punto de vista de estos últimos. En efecto, partimos de los habitantes, de sus formas de entender, experimentar e imaginar Lima para entender su relación con la ciudad. En resumen, la mayor importancia de nuestra investigación consiste en permitirnos entender las representaciones de Lima, sobre la base de las cuales se deben plantear las políticas públicas⁹, porque es finalmente sobre estas que se orientan las acciones y actitudes de los habitantes hacia la ciudad; las opciones de vivienda, de recreación, de consumo, así como la identificación con el espacio público, su cuidado y valoración.

En segundo lugar, al revelar la relación entre la imagen de la ciudad y los imaginarios urbanos, nuestra investigación busca revalorizar el paisaje urbano como elemento socialmente producido y, al mismo tiempo, como el lugar donde se producen prácticas y relaciones sociales. De manera que retomamos el paisaje no como algo pasivo, sino como parte de la vida social de la ciudad. Asimismo, otra importancia de la presente investigación radica en que nos permite contrastar las representaciones que se producen sobre los cuatro polos comerciales de Lima, a fin de buscar contrastar las diferencias que pudieran existir sobre la idea de *ciudad* en cada uno de ellos.

⁹ Iniciativas como las Marca-ciudad, buscan crear una revalorización de la ciudad. Sin embargo, estas se reducen a un logo tipo, si se dan de espaldas a las transformaciones de la ciudad y de sus habitantes, como afirma Toni Puig. Al respecto, véase la entrevista en : El Comercio 2 de marzo del 2013

Adicionalmente, esta investigación busca responder a las necesidades de apropiación, cuidado y relación con el espacio público en los cuatro conos de Lima, producidas por el crecimiento urbano. En efecto, trabajar sobre las percepciones nos permite entender la relación que se teje entre los habitantes y la ciudad, cómo en ella se manifiestan sus expectativas, anhelos y al mismo tiempo sus miedos. Elegimos la publicidad como el elemento que encarna la apertura y el crecimiento del mercado, las fantasías de consumo y el progreso en el paisaje urbano, para conocer las representaciones que se construyen los habitantes sobre estos fenómenos en la ciudad.

Al mismo tiempo esta investigación busca contribuir con los recientes estudios sobre los imaginarios urbanos, como un tema que ha sido dejado de lado en el caso de Lima. Lo particular de nuestra investigación reside en que retomamos un discurso sobre la ciudad que no se genera desde la mirada panóptica, especializada y excluyente, sino que se (re)crea desde las personas que la experimentan diariamente, los transeúntes; por ello, nos proponemos reflexionar sobre el actual ordenamiento de Lima desde las deficiencias percibidas por sus habitantes.

La investigación rescata dos elementos teóricos importantes para las ciencias sociales: de un lado, la importancia del espacio y la imagen en la construcción de representaciones sociales y, de otro lado, la movilidad del sujeto

al tomar al transeúnte como punto de partida de nuestra reflexión. Finalmente, buscamos retomar las investigaciones sobre las representaciones de Lima y propiciar la discusión sobre la validez de estas percepciones como eje de las políticas públicas y el ordenamiento urbano.

Al entender al paisaje urbano como resultado de la acción u omisión de las municipalidades y de los ciudadanos, nuestra investigación también es relevante para la gestión de la ciudad, que se ocupa del tratamiento del equipamiento urbano, pues en la actualidad no existe una regulación general al respecto, sino una multiplicidad de regulaciones desarticuladas entre cada distrito, que terminan ejerciendo un mínimo control sobre la disposición de las empresas de publicidad; con ello buscamos que nuestra investigación sirva para ayudar al tratamiento de la vía urbana y al cuidado de la imagen de la ciudad

Descripción de los objetivos

Nuestra investigación busca entender cómo el imaginario de la modernidad en la ciudad se crea en función de los nuevos artefactos en el espacio público. Nuestro objetivo general consiste en estudiar las representaciones que los usuarios de transporte público producen sobre la ciudad y la publicidad exterior en cinco avenidas de Lima. Con este fin, nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar las representaciones que existen sobre las avenidas centrales de Lima en cada uno de los conos urbanos.
 - 1.1 Recoger las representaciones de los transeúntes sobre cada una de las cinco avenidas.
 - 1.2 Investigar sobre los imaginarios sobre modernidad, crecimiento y desarrollo urbano que ellos manejan.
2. Estudiar la influencia de la publicidad exterior en la producción de estas representaciones sobre el espacio público.
 - 2.1 Identificar los principales significados con los que es asociada la publicidad exterior, tales como orden, limpieza, crecimiento, seguridad.
3. Comparar las distintas representaciones de cada una de las avenidas.

- 3.1 Contrastar las apreciaciones que los transeúntes producen sobre cada avenida
- 3.2 Identificar las principales semejanzas y diferencias entre las representaciones sobre las cinco avenidas.

Hipótesis

Nuestra hipótesis consiste en que el imaginario urbano limeño producido por la publicidad exterior funciona como una representación ambigua entre el progreso y las percepciones de desorden de la ciudad. De manera tal, que las representaciones de progreso se imponen sobre la idea de desorden urbano. Es sobre esta base que proponemos el siguiente sistema de hipótesis:

- 1) La publicidad exterior actúa como un referente de crecimiento y desarrollo urbano que provee un cierto orgullo de vivir en la ciudad.
 - 1.1) Las imágenes publicitarias remiten directamente al consumo como expresión del crecimiento económico y del poder adquisitivo.
 - 1.2) Las estructuras físicas crean una imagen general: limpieza, iluminación y seguridad.
- 2) La publicidad produce una sensación de desorden debido a la disonancia entre los carteles y el espacio público, por su tamaño, ubicación, tipo, cuidado etc., que se expresa en un desagrado por la imagen de la ciudad.

- 2.1) La manera en que se anuncia la publicidad exterior refuerza una imagen fragmentada de la ciudad, por la combinación entre las estéticas de los anuncios, de las luces, los edificios, las avenidas
- 2.2) Esta fragmentación se justifica, dentro del imaginario urbano, por el ideal de progreso que representa la publicidad.

Explicación del método de trabajo

Para estudiar las representaciones que los transeúntes producen y validar nuestra hipótesis diseñamos la siguiente metodología. Hemos escogido al pasajero de transporte público como un tipo de transeúnte, porque tiene una experiencia particular de la avenida ya que recorre tramos más extensos de esta al encontrarse en un vehículo, y también porque la publicidad exterior en las avenidas mayormente está dirigida a pasajeros y conductores antes que a peatones. Asimismo, debido a la cantidad de habitantes de la ciudad y la frecuencias de sus desplazamientos, que según el observatorio urbano de Lima Cómo Vamos (2010, p.9) son 16.5 millones de viajes diarios de los cuales el 25.4% son peatonales¹⁰ hemos optado por guiarnos bajo el criterio de saturación¹¹.

13 Según el Plan Maestro de Transporte Urbano Para el Área Metropolitana de Lima y Callao 2004, diariamente en Lima se dan 4.3 millones de viajes a pie por la ciudad. Al respecto véase el informe de evaluación.

¹¹ Después de la recolección de las setenta y cinco encuestas, dejé de recoger información, dado que el material cualitativo dejó de aportar datos nuevos para la investigación.

- 1.1 Escoger avenidas comerciales y representativas de cada una de las Limas. Nuestra propuesta son las avenidas Javier Prado, La Marina (Oeste), Tomas Valle (Norte), Próceres (Este) y Huaylas (sur).
- 1.2 Recoger información de las características físicas de estas avenidas y de las principales rutas, cruces y paraderos en ellas a través de planos.
2. Recoger las representaciones que los pasajeros de transporte público tienen de las avenidas y el papel que juega la publicidad en ellas
 - 2.1 Diseñar un modelo de encuesta a modo de sondeo que permita recoger las representaciones y las imágenes mentales de los pasajeros.
 - 2.2 Seleccionar paraderos estratégicamente para realizar los sondeos.
 - 2.3 Aplicar el sondeo de opinión a los pasajeros de transporte público que normalmente circulen por las avenidas.
 - 2.4 Sistematizar los resultados obtenidos.
3. Analizar las representaciones producidas por los pasajeros sobre la publicidad en las avenidas seleccionadas
 - 3.1 Contrastar estas representaciones de los pasajeros entre sí y con la percepción de la publicidad exterior en las avenidas
 - 3.2 Analizar la orientación de los individuos frente a la publicidad exterior como parte de la imagen total de la avenida

Cap.1. Imaginarios en movimiento: el transeúnte en la ciudad Imaginada.

El espectáculo del desarrollo de Lima en los últimos años, mueve a nuestra impresionista gente limeña a previsiones de delirante optimismo sobre el futuro cercano de la capital. Los barrios nuevos, las avenidas de asfalto, recorridas en automóvil, a setenta u ochenta kilómetros, persuaden fácilmente a un limeño [...] de que Lima sigue a prisa el camino de Buenos Aires o Río de Janeiro". (J. C. Mariátegui, 1928).

Según un estudio de la ONU sobre las urbes latinoamericanas, ciudades como São Paulo, Buenos Aires, Río de Janeiro, Bogotá, Santiago, Ciudad de México y Lima se han transformado en las principales de América Latina, no sólo por su tamaño demográfico, sino por ser el eje económico, social, cultural y, en la mayoría de los casos, político, del país (ONU-Habitat, 2012). Sin embargo, detrás de la imagen de desarrollo urbano de las ciudades latinoamericanas como metrópolis modernas, subsisten las particularidades de los procesos de transformación urbana que han producido su configuración actual

Para autores como Bahr & Bodosf (2012), las urbes latinoamericanas contemporáneas se caracterizan por ser *fragmentadas*; lo que los autores entienden como una nueva forma de separación de funciones y elementos socio-espaciales al interior de las mismas. No se trata de divisiones entre centro y periferia, entre ciudad rica y ciudad pobre, o habitacional e industrial; sino de una configuración que se da en dimensiones más reducidas. A nivel de los barrios

habitacionales, las zonas productivas y de servicios se mezclan en espacios pequeños¹². Un elemento de esta fragmentación es la distribución de elementos funcionales en el espacio urbano, que se manifiesta en la pérdida de la predominancia del centro en la estructura de consumo de la ciudad, que se evidencia en “la libre distribución de zonas industriales, por la localización de centros comerciales en toda la ciudad, orientados a las autopistas y aeropuertos, y por la presencia de barrios cerrados en todo el perímetro urbano y en la periferia extramuros”. (Bahr & Bordsf, 2012. P.212)

De otro lado, podemos entender la reestructuración de las metrópolis contemporáneas según lo que plantea Castells (2006) sobre la ciudad red. Para el autor, la ciudad se organiza en nodos que funcionan como focos de interés, los cuales a su vez transmiten flujos de información y conocimiento. Sin embargo, no solo son los nodos de una red los que le dan su carácter articulador y su apariencia orgánica, sino que igual de importantes resultan los vasos comunicantes que se tejen entre ellos. Al partir de una idea de ciudad con múltiples centros, y en especial en el caso de ciudades latinoamericanas, que simultáneamente se entienden como fragmentadas, debemos pensar en los tejidos que mantienen la estructura de la ciudad.

¹²Se trata de divisiones que solo son posible mediante el aislamiento con rejas que funcionan como barreras de la pobreza para los focos de riqueza y exclusividad. Tal como ocurre con las *gated communities*: urbanizaciones de lujo rodeadas de barrios muy pobres, o centros de comercio que se distribuyen en todas partes de la ciudad y los barrios marginales entran en los sectores de clase alta.

Para Castells, la restructuración de las ciudades según el modelo de red lleva a que el espacio pierda importancia como territorio frente a la estructura de nodos y flujos. El espacio solo adquiere valor en función de las posibilidades de desplazamiento de cada individuo; tal como lo explica el autor:

“El *espacio de los lugares*, basado en la contigüidad de las prácticas, la función y la localidad están estrechamente interrelacionados, en el *espacio de flujos* los lugares solo adquieren su función mediante el papel nodal que desempeñan en las redes específicas a las que pertenecen” (Castells, 2006: 66)

Asimismo, para J. Borja (2010, p119) es en el espacio público donde se realiza la síntesis de *lugares*¹³ y *flujos*: “la ciudad es el espacio público, lugar de la cohesión social y de intercambio”. Es finalmente en él donde se representa la ciudad y donde sus habitantes la experimentan. La coexistencia de las nuevas lógicas de la movilidad del espacio de flujos y la identificación y apropiación con el espacio como algo público implica una relación particular entre los habitantes y su ciudad. Lo que nos corresponde preguntarnos a continuación es, ¿cómo se configura esta relación entre las personas y la ciudad, frente a una lógica de movilidad?

¹³ El término “lugares” hace referencia a la concepción de M. Auge (1994): como espacios de identidad, históricos, que albergan relaciones sociales en oposición a los “no lugares”, que carecen de dichos elementos.

1.2 Lo urbano: El transeúnte en la gran ciudad

Retomando la distinción inicial planteada por Delgado, lo urbano está constituido por los ciudadanos; por ello, su ámbito por excelencia es el espacio público, en él se produce lo que es específicamente urbano: “la urbanidad consiste en esa reunión de extraños, unidos por la evitación, la indiferencia, el anonimato y otras películas protectoras [...] El espacio público es vivido como espaciamiento, esto es como espacio social regido por la distancia” (Delgado, 2002: 3)

De esta manera, el espacio público no es un espacio de organizaciones de entidades, sino, tal como explica Joseph: un espacio donde las situaciones son constantemente redefinibles y las identidades son problemáticas; siempre pueden ser *des-localizadas*. Por ello, entendemos un espacio como público en función de su capacidad de disociar identidades (culturales, colectivas o sociales) de un territorio. El espacio público no se define por su centralidad, sino por su capacidad para suprimir los enclaves, de manera tal que la abstracción de las identidades sociales que se crean en estos espacios afecta a los actores individuales y a las identidades colectivas que participan en estos. Definir una situación como pública es asignarles a todas las personas el derecho de ser o pasar desatendidos (Joseph, 1988).

El espacio público funciona como lo que Goffman (1963) denomina una “estructura de distracción” donde las personas transcurren evitando la mirada del resto. Esto ocurre como un juego dentro de un marco determinado: todo acontecimiento, todo encuentro susceptible de producirse dentro de este marco, debe entenderse a partir de la membrana superficial que asegura su composición interna. Lo que ocurre en el espacio público no es ni un anonimato ni la pérdida de uno mismo, sino una *superficialidad de las relaciones sociales* (Joseph, 1988). La ciudad, siguiendo a George Simmel (1998), no es el escenario de una pérdida de sentido, sino un medio en el que las identidades se dejan leer en la superficie.

El sujeto que por excelencia caracteriza este espacio de anonimato es El *flaneur*, el personaje de la vida moderna urbana retratado por Charles Baudelaire, como aquel paseante que contempla a sus anchas el espectáculo de la vida moderna desde el anonimato. Sin embargo, la ciudad no es algo que se experimenta únicamente de manera contemplativa; en su lugar, la gran ciudad se experimenta en sus prácticas, pues no hay en ellas una contemplación de la ciudad, sino lo que Benjamin (1930) llamaba una *distracción*¹⁴; solo así es posible vivir la modernidad, al recorrer sus tramos, sus calles y avenidas; solo a través de esta apreciación práctica se reconoce uno en y como parte de la metrópolis moderna. No existe un único paseante que recorra toda la ciudad

¹⁴ Cuando Walter Benjamín escribió sobre la obra de arte en la era de la reproducción mecánica (1930) trazó la distinción entre contemplación y distracción, este último término, tal como explica Taussig “se refiere a un modo de percepción que revolotea con una visión periférica, desatada por la vida moderna cuyo prototipo no será Dios, sino el cine y la publicidad, y su campo de acción, la vida cotidiana” (cit. P.183)

reconstruyéndola para sí como unidad, se trata más bien de cientos de miles de transeúntes, quienes recrean constantemente las formas de estar, pasa, usar y vivir el espacio.

Tomemos como punto de partida las propuestas de Michel de Certeau (1996) e Isaac Joseph (1988) sobre la relación entre el sujeto y el espacio público. Ambos autores se centran en los individuos y sus prácticas “microbianas”, es decir, aquellas prácticas cotidianas que ocurren a nivel individual. Esta entrada busca oponerse a una mirada panóptica y totalizante del espacio geográfico de las construcciones visuales, que terminan por desconocer las prácticas y las conductas de los individuos que habitan en la ciudad. La forma panóptica de ver la ciudad como un todo es también una forma de verse, representarse (o imaginarse) en ella, es decir que es propia de sus habitantes: las personas, los caminantes, transitan espacios que “no se ven”; lo que existe en realidad para ellos es un conocimiento ciego de ese espacio a través de prácticas y hábitos. En palabras de De Certeau: “Todo ocurre como si una ceguera caracterizara las prácticas organizadoras de la ciudad habitada” (De Certeau, 1996: P105)¹⁵.

Las prácticas urbanas, las que acontecen dentro de un espacio público hacen de este un lugar de encuentro donde convergen una gran cantidad de

¹⁵ De Certeau se centra en las prácticas que escapan al espacio geográfico de las construcciones visuales; se remite a tres dimensiones: las *operaciones* (los modos de hacer), la *espacialidad* (la experiencia mítica, simbólica del espacio) y una esfera de influencia opaca y ciega de la ciudad.

personas, pero no por ello se remiten a una permanencia; por el contrario, el espacio público es un lugar de tránsito, de constante flujo, donde tanto el acto de andar como el resto de prácticas urbanas ocurren en movimiento. De esta manera, al retomar la *“textura individual”* de las prácticas urbanas ubicamos al transeúnte (el paseante, el caminante, el vagabundo, etc.) como el actor principal del espacio público.

Ello significa que no podríamos entender un espacio como público sin las prácticas que ocurren en él y que lo actualizan como tal. Este andar por la ciudad representa la posibilidad del actor de caminar libremente, el libre acceso a un espacio afirmar su carácter público¹⁶. Dentro de lo que entendemos por ciudad nos interesa particularmente las calles y las avenidas, para efectos de nuestra investigación las entenderemos en tanto espacios públicos de tránsito: es en estos espacios donde tiene lugar la vida social, donde las relaciones sociales se vuelven más precarias, impersonales, fragmentadas y desordenadas dentro del anonimato de sus participantes (Simmel en Herrera, 2003)¹⁷.

Una característica que debemos resaltar sobre nuestra concepción del espacio público es que en este la vista prima sobre el resto de sentidos. Tal como

¹⁶Véase “Cómo salir del dilema del huevo y la gallina” de Rochabrún, G. Sociedad e individualidad: Materiales para una sociología” Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo editorial, 1993. págs. 39 159

¹⁷Para Simmel, a través del crecimiento de la ciudad se reproducen los espacios donde las relaciones son circunstanciales, y la cooperación y convivencia son determinadas por gestos mínimos, acuerdos basados en la inmediatez y complejidad de la copresencia inevitable. (Herrera, 2003)

lo explica Simmel, las relaciones de los hombres en las grandes ciudades se ordenan y caracterizan por un predominio de la vista sobre el resto de los sentidos. Dentro de esta membrana superficial, los transeúntes deben mantener un grado de contacto visual entre ellos mismos y con el entorno; así, la circulación y sus reglas forman un estado de vigilancia permanente que los vuelve susceptibles a las apariencias normales y las situaciones de alarma (Simmel 1998, Joseph 1988)¹⁸.

Este predominio aparece como una característica de las sociedades modernas: Antes del desarrollo del siglo XIX, de los grandes medios de transporte, como los ómnibus o los tranvías, la gente no tenía la ocasión de mirarse durante largos intervalos de tiempo en un mismo lugar sin alguna actividad que los vinculase. En este sentido, nos podríamos preguntar por el escenario actual, donde los medios de comunicación modernos ofrecen al sentido de la vista la mayor parte de todas las relaciones sensoriales al hombre. Así, el espacio público de la ciudad contemporánea puede plantearse como lo que Joseph (Joseph: 1988, pg.60) denomina el “espacio-anuncio”. En él, la experiencia de la interacción cara a cara (*face to face*) se convierte en algo trivial: “(...) El espacio-anuncio sitúa en la clave de los comportamiento urbanos (y no tan solo en la conciencia) la

¹⁸ Según Simmel (1921), la mirada cumple un rol fundamental en las relaciones sociales. Todo conjunto de sentimientos sociales como la vergüenza o la simpatía funcionan como percepciones sociales de la mirada o el ojo (o la vista para distinguir del órgano) tiene un papel fundamental en la sociología de los sentidos de Simmel. Si bien cada sentido suministra, según su carácter específico, información sobre la construcción de la existencia colectiva, el ojo es el órgano de la reciprocidad más inmediata, pero esta reciprocidad del intercambio de mirada no se cristaliza en ninguna forma objetiva pues la unión creada entre ambos reside inmediatamente en la función.

inquietud fundamental, la superficie que redefine los límites de lo privado y lo público y ponen en relevación la menor de las interacciones”

De otro lado, cabe recordar que el espacio público como espacio de tránsito, no solo es un destino, un nodo, un punto, sino que es también un espacio que articula los centros. Son los nexos aquellos que permiten el desplazamiento de las personas y los que le dan mayor fluidez a la superficialidad del espacio público. En este sentido, las calles y las avenidas son espacios de tránsito donde ocurren las interacciones y los “actos de andar” de los transeúntes. Hablamos del espacio público como espacio de tránsito porque la movilidad es una de las características de su actor principal: los transeúntes urbanos, quienes se deslizan sobre la membrana superficial de las interacciones urbanas; así, el usuario del espacio urbano es siempre un transeúnte, alguien que no está allí sino de paso (Delgado, 2002).

Los transeúntes crean la ciudad a través de lo que De Certeau (1996 pp112-115) llama sus “motricidades peatonales”, las formas de aprender y apropiarse de la ciudad, pero que nunca se inscriben en un solo lugar: las actividades de los transeúntes no se limitan al acto único de pasar, sino que se trasladan al recorrido total por la ciudad. Estas “motricidades peatonales” son formas de aprehender y apropiarse de la ciudad. Como explica el autor: estas motricidades son los sistemas reales cuya existencia crea la ciudad, pero que no

se localizan ni se inscriben en un solo lugar. Podemos entender estos espacios de tránsito, la calle misma, como un no-lugar para los transeúntes, dado que en el acto de circular por la calle, el trayecto no es aprehendido como un lugar o un punto de llegada sino como un espacio de paso continuo.

Dentro de este recorrido por la ciudad, el acto de andar¹⁹ cumple distintas funciones enunciativas. En particular, este movimiento funciona como un contrato pragmático entre los caminantes. A esto se refiere Joseph, cuando explica que el transeúnte se desplaza entre “la atrofia de los sentidos y de la hipertrofia del ojo” (48-49.). Aunque el transeúnte pase su tiempo mirando, se deja llevar por la redundancia de lo vital, no escapa de esta circulación. El Yo, la identidad del transeúnte, nace en sus fluctuaciones, en la superficialidad de las relaciones en el espacio público; sus movimientos se interrelacionan en estos “contratos” pragmáticos entre estos desplazamientos. (Joseph, 1988, De Certeau 1996).

La mirada del transeúnte no es una mirada panorámica poblada de personas y signos que crean un dominio ordenado del espacio; más bien, el transeúnte se encuentra navegando en la membrana superficial, entre situaciones e imágenes que lo invaden. En palabras de Joseph: “el transeúnte se pierde en la

¹⁹ La complejidad del “acto de caminar” queda más explícita si la tomamos como un paralelo de “acto de habla” lingüístico. El acto de caminar cumple una triple función enunciativa: a) es un proceso de apropiación del sistema topográfico por parte del peatón, b) es una realización espacial del lugar, y c) en este acto de caminar los movimientos funcionan como contratos pragmáticos entre los caminantes. Esto es lo que llamamos la “enunciación peatonal”.

membrana superficial a tal punto que no se distingue de sus semejantes, su vagabundeo será el régimen del imaginario ciudadano” (Joseph, 1988: 51). Joseph dirá que estas percepciones actúan como “conocimientos visuales” que encuentran sus referencias en los rostros, dándoles a estos un lugar privilegiado en su análisis de las relaciones superficiales. Aquí nos interesa resaltar que el espacio público no es intersubjetivo, sino que en la relación de reciprocidad entre los transeúntes no existe una conciencia plena, sino un grupo de experiencias individuales que los orientan y que esta reciprocidad ocurre de manera superficial sobre una lógica de las apariencias.

La relación de reciprocidad que ocurre entre los individuos en este nivel superficial no es un reconocimiento, sino una percepción instantánea donde el otro conserva toda su singularidad. En esta reciprocidad inmediata en la interacción visual de los individuos se crea una “figura membrana” del resto de transeúntes que opera como la principal forma de socializar en el espacio público. Esta lógica de la interacción, tal como lo plantea Joseph, no es una dialéctica, donde los actores cumplen roles activos sino que se trata de lo que él llama una *lógica de vacilación* (p.59).

Es dentro de esta lógica de vacilación, de interacción superficial de los transeúntes donde operan los imaginarios urbanos. Tal como lo habíamos señalado líneas arriba, según Hiernaux los imaginarios urbanos son los procesos

cognitivos que permiten ordenar las diferentes representaciones (imágenes mentales) de la ciudad que tienen sus habitantes. Pero estas no se limitan a procesos cognitivos, sino que también involucran fuertes elementos simbólicos, afectivos y valorativos que ordenan aquellas representaciones de la ciudad; así, los imaginarios funcionan como una brújula que orienta a los transeúntes en la ciudad. Ello es lo específico de los imaginarios frente a las representaciones, es la fuerza creativa del imaginario que rebasa la simple representación: “el imaginario crea imágenes actuantes, imágenes-guías, imágenes que conducen procesos y no solo representan realidades materiales o subjetivas”. (Hiernaux 2007.p.20)

En este sentido, los espacios públicos, como las calles y las avenidas no solo implican las cuadras que las componen, ni el conjunto de prácticas sociales que tienen lugar en ellas, también éstas se convierte en productos simbólicos dentro del imaginario urbano que le otorga sentido al espacio y a las prácticas, y que al mismo tiempo orienta la acción y la forma de experimentar la ciudad de sus habitantes. Es así que los imaginarios son el resultado de procesos dinámicos que otorgan sentido a las representaciones que guían la acción. Como señala Armando Silva (1996): la ciudad siempre tiene que arreglárselas con la construcción de imaginarios que actúan como matrices de sentido. El imaginario contiene las orientaciones que fundamentan la acción de los sujetos y actores sociales; estos enriquecen y complejizan la razón, haciéndola deambular entre la realidad y la fantasía.

Cap. II Las Limas que se fueron: los procesos de urbanización de la ciudad y sus imaginarios

“El país se había transformado y se seguía transformando y Lima, en particular, había dejado de ser el hortus clausum virreinal para convertirse en una urbe ruidosa, feísima e industrializada, donde lo más raro que se podía encontrar era un limeño”. (J. R. Ribeyro: «El marqués y los gavilanes», 1977)

“¿Cómo imaginamos Lima los limeños?”²⁰ En la Lima actual confluyen varias posibilidades de imaginarios de sus habitantes. Por ejemplo, las “*memorias regionales*” que tejen fuertes lazos de parentesco frente a una urbe inhóspita o las “*memorias barriales*” que cristalizan los procesos de ocupación y habitación de la primera generación de migrantes, no son los mismos imaginarios que los de la segundas ni terceras generaciones, así como tampoco pueden ser los de las nuevas clases medias de San Miguel, San Felipe o Jesús María, ni de las antiguas clases altas que abandonaron el centro de la ciudad hacia los distritos del sur.

Pensar en los imaginarios de Lima implica, sin embargo, entenderlos como el resultado de fenómenos históricos y sociales mediante los cuales se ha construido la ciudad tal como la conocemos actualmente. A lo largo de este

²⁰ Con esta pregunta, Armando Silva abre el estudio del proyecto de ciudades imaginadas en Lima. Al respecto véase el prólogo a Lima Imaginada (2012) de Javier Protzel.

proceso, Lima ha sido considerada la Ciudad de los Reyes, la Ciudad Jardín, La Perla del Pacífico, la novia del Perú o la ciudad sin límites; pero también la Lima que se va, la Lima horrible, la ciudad informal, la ciudad desbordada y luego fragmentada. Lima, como cualquier otra ciudad, no se puede reducir solo a las estructuras físicas que la componen, sino también a las significaciones sociales e históricas de las que está impregnada. Estas son producidas simbólicamente dentro de los imaginarios urbanos, lo que otorga **sentido** a prácticas y espacios, y al mismo tiempo orienta la acción y la forma de experimentar la ciudad por sus habitantes.

Lo que nos proponemos a continuación es hacer un repaso del proceso de crecimiento y urbanización de Lima, para identificar en él los principales imaginarios que han aparecido de la ciudad y así entender las circunstancias y a los actores que de los que provienen. Con este fin, partimos de las periodizaciones del proceso de urbanización propuesta por Bahr & Bordorf (2012) y W. Ludeña (2006) para entender el caso limeño. Los autores distinguen cuatro modos distintos de estructuración y funcionamiento de la ciudad, que se traducen en las siguientes etapas del crecimiento urbano de Lima: La ciudad colonial (1535 – 1820), aquella en la que la estructura de los barrios se organiza según el status como proximidad al centro del poder y la vida urbana; la ciudad sectorial (1820 - 1950), en la que se abandona el centro colonial para el establecimiento sectorizado de la población y la industria; la ciudad polarizada (1950-1990),

caracterizada por un modo predominante de expansión celular, que entendemos como una *ciudad dualizada*; y la ciudad fragmentada (desde 1990) en la que se dan nuevas formas organización sobre la base de una ampliación de tendencias sectoriales y el crecimiento celular fragmentado.

2.1 La ciudad colonial (1535 – 1820)

La primera imagen de Lima que encontramos es la ciudad colonial, “**la Ciudad de los Reyes**”. Desde que se fundó en 1535, se pensó en ella como la sede principal del virreinato colonial en América del Sur y centro de poder político de la corona española²¹. El poder económico de Lima se consolidó cuando España le otorgó el monopolio comercial de las colonias durante los siguientes dos siglos, aproximadamente. Todas las embarcaciones debían pasar por el puerto del Callao, cruzando el Caribe, para poder (re)exportar sus mercancías hacia el resto de regiones coloniales. (Panfichi 2004)

La estructura urbana que Lima siguió desde entonces era el modelo del damero; este dividía la ciudad según una cuadrícula donde los lotes cuadrados encajaban perfectamente y se disponían alrededor de la plaza central que concentraban los nuevos poderes de la colonia: el palacio de gobierno, el ayuntamiento y la iglesia, rodeados a su vez por una muralla circular para

²¹ Aunque existen referencias anteriores, entre ellas, la búsqueda de antiguas ciudades como el *Paititi* en el nuevo mundo, nos centramos específicamente en los imaginarios de Lima como tal.

protegerlos. Asimismo, dentro del damero, la jerarquía social de cada individuo se traducían en la distancia física al centro simbólico de la ciudad²².



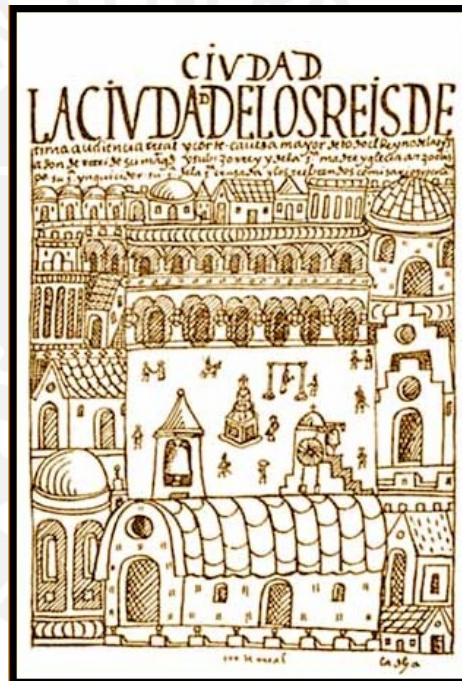
23

Sin embargo, para 1857, la ciudad se había extendido más allá de los límites del damero, incrementando su perímetro a 1,107 hectáreas sobre las 215 previstas inicialmente. Este crecimiento fue ocasionado por la creación de diversos barrios fuera del damero que iban desarrollándose y conectándose a través de parroquias, capillas, hospitales entre otros nodos que empezaban a tejer el nuevo entramado urbano. Ejemplo de ello fue la construcción del pueblo de indios de Santiago en 1570, con lugar en los terrenos vecinos a la ciudad. Es además durante esos años que grupos de esclavos negros libertinos, indígenas y blancos

²² Este fue el modelo de distribución espacial utilizado en Inglaterra y Gales que fue difundido por los españoles durante el siglo XVI. Según el tablero original, Lima se extendería por 215 hectáreas y tendría 117 cuadras. El origen se remonta a las antiguas Grecia y Roma. En el caso de las colonias hispanoamericanas, esto se sistematizó como norma en el Consejo de Indias.

²³ El Plano original de Lima trazado por Pizarro en el siglo XVI, siguiendo el modelo del Damero. Tomado de <http://planosdelimaantigua.blogspot.com/2011/05/plano-de-lima-1535-trazado-de-pizarro.html>

pobres también llegaron a la zona, construyendo casas de acuerdo a su condición económica. Más conocido como “*El Cercado*” por los altos muro que lo rodeaban, este produjo un efecto urbanizador a través de los diversos caminos que se construían, desbordando las limitaciones originales del damero. (Panfichi, 2004: 21)



24

Es recién a fines del siglo XVII que se construyó la muralla de Lima alrededor del perímetro de la ciudad creando límites físicos al crecimiento urbano, hasta su derrumbe en la segunda mitad del siglo XIX. Esta construcción dividió el cercado de indios, destruyéndolo como unidad urbana y acelerando con ello la urbanización de los espacios baldíos al interior de la muralla. El ordenamiento

²⁴En las ilustraciones de *Nueva Crónica y Buen Gobierno*, de Felipe Guamán Poma de Ayala. (1536- 1616) vemos cómo se retrataba la ciudad en su época: como un centro que organizaba toda la vida social.

urbano colonial de la ciudad se mantuvo casi sin alteraciones hasta décadas después de la independencia en 1821, con la demolición de la muralla entre los años 1870 y 1872.

Con esa misma distancia evocativa, surge la idea de la “*arcadia colonial*”, una construcción idealizada de la época de la colonia producida sobre la base de las representaciones de Lima, que se puede encontrar en las Tradiciones Peruanas de Ricardo Palma a finales del siglo XIX. En ellas se recrea una visión mitificada de la Lima colonial, con lo que Palma abre un género basado en el rescate de un pasado tanto histórico como literario y en la creación de la leyenda urbana que dotara a la ciudad de la dimensión mítica de la que carecía²⁵.

En efecto, tal como señala Valero (2004), la obra de Palma vivificó el pasado colonial como respuesta a la necesidad de asumir una herencia histórica y cultural hispánica que se había silenciado luego de la emancipación, como respuesta al proceso de independencia. Ciertamente, el interés por las costumbres antiguas se encontraba ligado a la necesidad de definir la nacionalidad, afirmando alguna identidad colectiva y de recuperar la conciencia histórica tras el desconcierto de las primeras décadas de la emancipación; Así, en medio del problemático ambiente republicano, estas afirmaciones de las raíces se volvían necesarias para

²⁵ Palma representa la asimilación de una herencia histórica y cultural perdida tras la emancipación, que inaugura la construcción de una literatura nacional.

construir una identidad nacional, conduciendo con ello la mitificación de la ciudad como Arcadia.

Asimismo, algunos cronistas se encargaron de alimentar estos imaginarios del pasado colonial. Por ejemplo, contamos con el caso del viajero francés Max Radiguet, quien, tal como señala Raúl Porras Barrenechea, fue uno de los creadores de la leyenda de Lima como “*la perla del Pacífico*” y como centro de la cortesanía y cultura americana del sur, a través de las menciones que hace de la ciudad en los escritos sobre sus viajes por América Latina durante la primera mitad del siglo XIX (Nuñez, 2003)²⁶. Si bien esta visión de Lima encuentra su referente en la época de la colonia o de la república, será recién en el siglo XX que se cristalice la idealización de la ciudad colonial; Tal es el caso de la Arcadia Colonial, concretizada con las obras de Gálvez (1921) y Bondi (1964), en las que se encontramos una reflexión crítica sobre esta mitificación la ciudad.

1.2 La ciudad sectorial (1820 -1950)

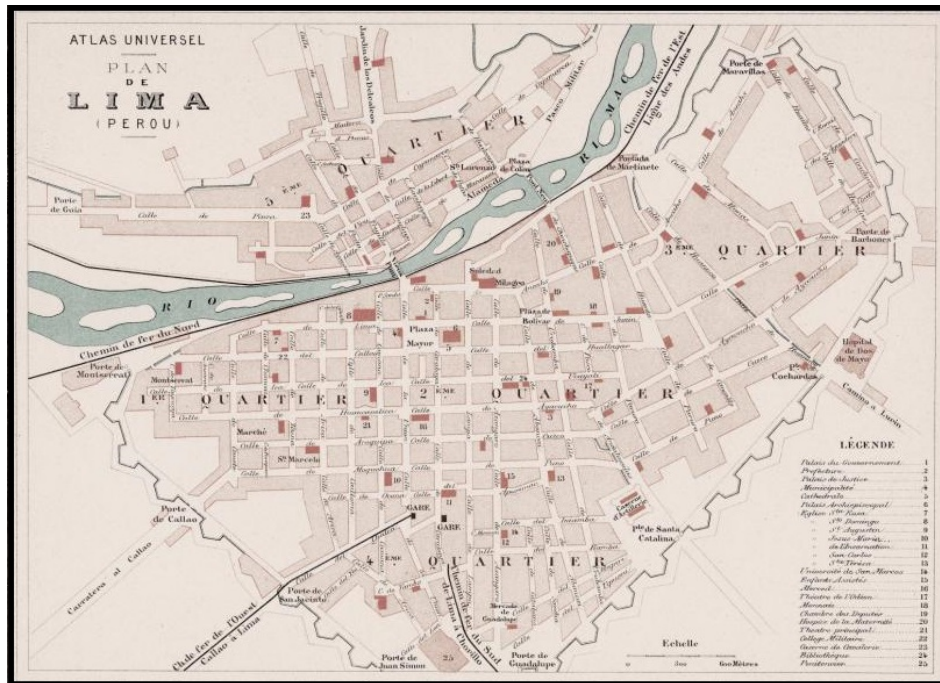
El auge de Lima colonial acabó junto con su rol monopólico debido a las reformas borbónicas, y particularmente con la creación del Virreinato de la Plata en 1776. Con ello se generó un cambio en la economía urbana que afectó especialmente a las élites limeñas, que imitaban el estilo de vida de las

²⁶ Tomado de E, Nuñez “Estudios Preliminares” en M. Radiguet. Lima y la sociedad peruana. 2003.

aristocracias europeas, visto como paradigma de la cultura. El descenso de la economía de la ciudad se mantuvo hasta mediados del siglo XIX, cuando empezó el periodo de la bonanza guanera. Durante esta etapa, la potente exportación del guano coincide con grandes transformaciones de la ciudad y con la constitución histórica de la fracción oligárquica del poder (Ludeña, 2004: 129).

Entre 1845 - 1862 parte de los ingresos del guano se utilizaron en Lima. De un lado, sirvieron para la primera modernización de la ciudad, que incluyó la pavimentación de calles, iluminación a gas, renovación del sistema de agua y desagüe y la implementación del sistema de ferrocarriles urbanos. Asimismo, se invirtió en mejorar el ornato de la urbe con la Alameda de los Descalzos, las remodelaciones del Palacio de Gobierno, la Casa de la Moneda, los monumentos a Simón Bolívar y a Cristóbal Colón. Con todo ello, Lima “volvió a ser como en los mejores tiempos de Potosí un estímulo a la imaginación de propios y extraños”. Bajo esa influencia, muchas décadas después Rilke y Bertol Brecht imaginarían la “Lima la dorada” (Macera, 2004)²⁷

²⁷ Véase Prólogo a Ludeña, Wiley. *Lima, Historia y urbanismo en cifras 1821-1970*. P. XLIII



Hasta 1868, Lima siguió siendo la ciudad amurallada donde operaba el poder político, económico y religioso, y donde se recaudaban impuestos de un territorio principalmente agropecuario y minero. Sin embargo, en todo el periodo que se extiende hasta el fin de la guerra con Chile (1879-1883) Lima no recuperó su esplendor y liderazgo económico, manteniendo únicamente su rol de capital política y administrativa de una república empobrecida. Ello se evidencia en el mapa; tal como apunta Panfichi, podemos observar que salvo por la muralla de la ciudad, Lima no había crecido en 250 años. (Panfichi 2004)

En el siglo XIX surge una de las representaciones que aún persiste en el imaginario urbano limeño: el de una Lima como *ciudad jardín*, alejada de todo

²⁸Plano de Lima Perou Año 1896 de Hausermann en <http://planosdelimaantigua.blogspot.com/2010/12/plan-de-lima-perou-ano-1896-hausermann.html>

páramo desértico y llena de tupidos jardines y chacras fértiles. En contraste con la realidad, esta ilusiva imagen de ciudad jardín fue principalmente una construcción ideológica de la élite limeña de la época. Tal como señala Ludeña (2004): “esta [imagen] se generó probablemente como gesto *alucinatorio* en proporción exacta a la certeza objetiva de saberse parte de un desierto indomable dispuesto a engullirse a la ciudad”.

Hacia los años 30, Lima empezó a crecer con orden y estilo. Tras el gobiernos de Balta, la ciudad contaba con una población de unas 150 mil personas y llegó a tener en esos años hasta 18 m² de áreas verdes por habitante, fenómeno comparable solo con las mejores capitales de la época²⁹ (Ludeña, 2013); es posible que entonces se originara la idea aristocrática de Lima como ciudad jardín.

Lima es una ciudad construida en el valle conformado por los ríos *Rímac*, *Chillón* y *Lurín*, rodeados por el desierto. El jardín no solo funciona como el reflejo del antiguo valle, sino aquello que se opone al desierto. En la construcción de este imaginario radica el esfuerzo por ocultar las carencias de la Lima de la república aristocrática frente al contexto que se extendía más allá de las murallas de la ciudad. Sin embargo, este imaginario subsiste ahora como una utopía,

²⁹ Actualmente el índice actual es de 2,7 m² de áreas verdes por habitante, uno de los más bajos del continente (Ludeña, 2013).

quizás porque tras el crecimiento urbano y el desborde popular, la ciudad se expande sobre los arenales, reavivando la tensión entre ciudad y el desierto³⁰.

Es el presidente José Balta (1868-1872) quien decide modernizar la ciudad bajo la consigna de crear una “ciudad sin límites.” El proyecto empezó con la demolición de la muralla (1870-1872), lo que permitió la expansión de la ciudad en dirección hacia los balnearios de Chorrillos (sur), Callao (oeste) y Ancón (norte), donde se formaron las primeras áreas urbanas fuera de los límites de la ciudad colonial. Esta modernización implicó la transformación de la Plaza Mayor en la Plaza de Armas, la cual dejó de ser un lugar de encuentro y comercio para transformarse en el espacio oficial de las ceremonias del Estado (Panfichi: 2004).

A pesar de las mejoras sustanciales de la ciudad durante la bonanza guanera, será recién con el crecimiento económico de las exportaciones de caucho, azúcar, algodón y minerales a los países en procesos de industrialización acelerado entre finales del siglos XIX y principios del XX que Lima recobró su rol tanto como centro histórico y político, como de consumo y residencia de las élites. Este crecimiento a su vez dio inicio al proceso de modernización de la ciudad: se construyó el tranvía eléctrico y grandes avenidas fuera de las murallas coloniales en dirección al sur, quebrando los límites de la ciudad amurallada.

³⁰ Tanto la ciudad y el valle son ~~los~~ espacios de la vida, mientras que el desierto es por excelencia el espacio de la muerte en la tradición judeocristiana.

Con ello se iniciaron las primeras iniciativas de transformación de la estructura urbana limeña desde su fundación, separando los espacios laborales de los residenciales. Fue durante el gobierno de Nicolás de Piérola (1895-1899) que se promovió este nuevo modelo urbano basado en una distribución de centro-periferia, que delimitaba espacial y socialmente la ciudad; así, el centro administrativo coincidía con el viejo centro colonial, adquiriendo el carácter de espacio económico-financiero y sede de instituciones de socialización de la oligarquía agro-exportadora, mientras que la periferia, se convertía en el espacio residencial de la oligarquía limeña. Será recién con la salida de esta oligarquía que el centro se convertiría en un espacio residencial para los migrantes y las nuevas clases medias, años después.

El modelo de ciudad que se instaura durante el gobierno de Leguía (1921-1930) consolidó las visiones de Balta y Piérola, tal como señala Ludeña (2004): Más allá de las diferencia entre la Lima de José Balta, los planes de Piérola y el urbanismo de Leguía, existe una única idea de ciudad, un solo ideal de ciudad, que funcionó como hilo conductor entre las distintas fases. La idea de ciudad sin límites, se caracterizó por un esquema radial de centro-periferia basado en la instalación de ejes axiales: anillos de circunvalación que conectarían el centro histórico de Lima, rodeado por los subcentros y balnearios (p.128 -129)



*Las grandes avenidas que ordenarían el territorio y las grandes plazas de la “Lima Aristocrática”³¹ Tomado de <http://urban-networks.blogspot.com/2013/04/resiliencia-urbana-el-caso-de-lima-y.html>

Este modelo se concreta con la construcción de grandes avenidas, el desarrollo de urbanizaciones, la construcción de plazas y parques públicos y la reconstrucción del Centro Histórico. Este último como espacio simbólico que debía mostrar la constitución de la Patria Nueva promovida por Leguía. Ello implicó la construcción, demolición y reconstrucción de varios edificios como el Palacio de Gobierno, la Plaza San Martín, el Parque Universitario, el Paseo de la República,

³¹ En el plano podemos ver avenidas fundamentales en la estructura limeña, construidas entre finales del siglo XIX y comienzos del XX. Las tres primeras fueron el *Paseo Colón* (1898); la *Avenida Nicolás de Piérola* (1899); y la *Avenida de Brasil* (1899). Asimismo, la *Avenida Arequipa* (1921) unía el centro con Miraflores (destino residencial de las clases altas) y la *Avenida Venezuela* (1924) lo hacía con el puerto del Callao. En 1928 se trazaría la *Avenida Alfonso Ugarte* completando el entramado geométrico que envolvería al casco antiguo. Véase la fuente original en <http://urban-networks.blogspot.com/2013/04/resiliencia-urbana-el-caso-de-lima->

la Plaza Dos de Mayo, entre otras obras públicas. Durante este periodo y en adelante, Lima concentró la base administrativa y mediadora de las inversiones extranjeras, así como los principales servicios educativos y de salud. Fue el centro de la producción industrial y comercial del país.

Durante este periodo, el principio subyacente al planeamiento urbano era la idea de ciudad como obra de arte. Tal como apunta Ludeña (1997), la ciudad se entendía como un todo estético; una escultura que debía de ser transformada, donde las representaciones del poder se reforzaran con los símbolos de la centralidad urbana. Sin embargo, en este esquema de desarrollo se piensa que será la urbe oficial, que al expandirse corregiría los males de aquella “otra” ciudad (p.129).

Frente a los procesos de modernización, las reacciones de las antiguas clases altas se cristalizaron en las obras producidas por la generación de escritores, llamados “*los hijos de la Guerra del Pacífico*”, los cuales surgieron luego de la derrota de la guerra con Chile (1879). El corte de esta producción literaria eludía la problemática nacional creando una versión *pasadista* de la ciudad, que comienza a experimentar los cambios de modernidad. Durante la postguerra, se revivió el pasado, tal como señala Valero: aquello que para Palma fue la recuperación y asimilación de la historia ahora se convierte una apuesta literaria cargada de sentimiento de pérdida, impregnando la visión urbana de

nostalgia y melancolía, y generando, de una manera muy clara, la versión idealizadora de la Arcadia colonial. (Valero, 2004, p.233-234)

Basada en la idea de recuperar el pasado surgió la idea de aquella “Lima que se va” (1921) en la obra del cronista José Gálvez, y con ello se inauguró el tema de Lima como Arcadia Colonial en proceso de desaparición. Fue en este imaginario de una Lima que se desvanece que se cristalizaron las percepciones de la burguesía limeña frente al cambio de época que enfrentaba la ciudad. En esta línea Protzel (2012: 51) explica que luego de 1920 los rasgos de la antigua mentalidad criolla se articularon con las problemáticas de la modernización, dando como resultado una reelaboración del criollismo tradicional como lo que el autor llama *“utopía retrospectiva”, a saber un discurso ideológico sobre una sociedad que habría compartido un repertorio simbólico urbano de creencias, alegrías y gustos originales, que en el presente se iban borrando*. Tal como lo podemos observar en el siguiente verso de José Gálvez:

“El vértigo de lo moderno, con su ritmo veloz y cruel que todo lo desmigaja y apresura, no permite a la sobremesa. [...] La vida callejera y sus tentaciones atraen a las gentes, Hay tal vez, más vida social, pero menos sociedad” (Gálvez, 1935: 5)³².

³² Se crea una tradición que da continuidad al discurso idealizador del pasado, entre ellas figuran las evocaciones de Barranco realizadas por José María Eguren, Manuel Beingolea en *Bajo las lilas* (1923), Martín Adán en *La casa de cartón* (1928) o José Díez-Canseco en *Suzy* (1930), hasta llegar a las recreaciones de Miraflores que encontramos en diversos relatos y capítulos de las novelas de Julio Ramón Ribeyro. Al respecto véase :Valero, 2004

Sin embargo, aquella tradición de añoranza del pasado colonial se enfrentó a una de las mayores transformaciones de Lima, iniciada en la década de 1940. De un lado, fue un periodo caracterizado por una etapa de industrialización capitalista basada en el modelo de sustitución de importaciones, que transformó las estructuras económicas productivas y ambientales del país. Ello vino acompañado de un desarrollo relativo de la industria productora de bienes de consumo resultado de la diversificación del capital agroexportador y de la promoción de la ley industrial (1959). Estas unidades productivas se instalaron en la Carretera Central, y en las avenidas Colonial y Argentina, conformando el espacio industrial en la ciudad de Lima.

De otro lado, más importante y decisivo para el futuro desarrollo urbano de la ciudad, fue el fenómeno de las grandes migraciones del campo a la ciudad originadas con la descomposición de la sociedad agraria. Ello no solo desencadenó un crecimiento demográfico acelerado de la ciudad, sino que también consolidó el fenómeno barrial como uno de los principales agentes en la existencia de Lima. La aparición de las primeras barriadas guarda una estrecha relación con la emergencia de la economía urbana industrial y las respuestas frente la necesidad de vivienda de la población

Fue en medio de este contexto de industrialización e inicios del flujo migratorio que el problema de la vivienda se volvió una de las principales

demandas de la población. Frente a ello, el gobierno de Benavides (1933-1936) buscó responder creando los barrios obreros (1936-1940). Sin embargo, el volumen de las migraciones sobrepasó la respuesta gubernamental, lo que terminó alentando la toma de tierras y con ello la formación de las primeras barriadas.



*Tomado de <http://comuneslugares.wordpress.com/tag/crecimiento-urbano/>

Durante estos años se intentó aplicar el “plan moderno” para orientar el desarrollo de la ciudad. Este se centraba en el ensanchamiento de vías y buscaba orientar el desarrollo de la ciudad según criterios de zonificación funcional y el diseño de una red vial que articulará los centros de consumo y producción. Tal como explica Ludeña: la ciudad era concebida como un artefacto sistémico

estructurado de partes funcionales cuya operación podía ser manipulada desde un exterior omnipresente. (Ludeña '1997; 131)

1.3 La ciudad *dualizada* (1950-1990),

Lo que Bahr y Bordosof llamaron la ciudad polarizada por su modo predominante de expansión celular surgió de la tensión dual entre la consolidación del antiguo centro urbano y la fuerte expansión de las periferias de la ciudad, por lo que nos referirnos a ella como *ciudad dualizada*. Fue en los años siguientes, durante el gobierno de Odría (1948-1956), que se redefinió el rol del Estado frente al fenómeno barrial. Surgieron diferentes políticas urbanas de corte populistas que apoyaron la ocupación de terrenos para intentar encausar las migraciones y el crecimiento de las barriadas hacia terrenos privados en litigio, de poco valor comercial y como parte de un clientelaje político. Con ello se empezó a reconfigurar la relación entre Estado, desarrollo urbano y construcción de viviendas.

A pesar del apoyo político brindado a la formación de barriadas, como sostiene Collier(1978): aunque existe evidencia de concesiones de títulos de propiedad a los ocupantes, sino que la posesión de terrenos se sustentó en concesiones personales otorgadas por Odría a la población a cambio de apoyo

político a su gestión gubernamental³³, la formación de grandes barriadas como la de *Ciudad de Dios* (1954) dio lugar a debates y nuevos planteamientos políticos sobre el crecimiento urbano. De esta manera, en 1961 se creó la Ley N°13517 Ley orgánica de barrios marginales, que determinó el rol del Estado en la concesión y habilitación de urbanizaciones como alternativas ante la creación de barriadas.

De manera paralela, como consecuencia inmediata de las invasiones y barriadas, se empezó a formar una pujante dinámica económica en las periferias del casco urbano, generándose el llamado fenómeno de “autoconstrucción”. Ante la falta de oferta de viviendas y el desentendimiento del Estado, los pobladores optaron por emprender la autoconstrucción de su vivienda sin pautas arquitectónicas ni asesoría técnica que guiara dicho proceso de la vivienda. Tal como señala Balbi (2012): Iniciativas como el Banco de Materiales, promovidas en el primer gobierno de Belaúnde, que buscaban promover el proceso de autoconstrucción popular mediante la venta de materiales de construcción subsidiados no contemplaron la posibilidad de algún tipo de asesoramiento en la construcción y planificación de los espacios construidos, que posteriormente se convertirían en los distritos periurbanos de la ciudad: los conos de Lima (Balbi, et. al 2012)

³³ Tomado de Osorio 2005, véase Collier, David: *Barriadas y élites de Odría a Velasco*, Lima: IEP, 1978.

En pleno proceso de migración al interior del país, Salazar Bondy publica el ensayo *“Lima la horrible”* (1964), que buscaba develar el proceso de construcción de Lima como un espacio ilusorio que había sido organizado por un mito fundador: la Arcadia Colonial. El objetivo de ello era deshacer la careta aristocrática de este última, porque a través suyo, se mantenía un orden pasado de privilegios. Con ello, el autor criticaba, «el orden costumbrista» que menospreciaba lo moderno e idolatraba el pasado. Llamar a Lima horrible, es incidir en la vaguedad de su identidad, su falta de esencialidad y de autenticidad al apoyarse en una leyenda que ha hecho que viva enamorada de ella misma y alejada del resto del país. La Arcadia Colonial es, en palabras de Salazar Bondi “una envoltura patrioterica y folclórica de un contrabando. Lima es por ella horrible”. (Portocarrero, 2006)

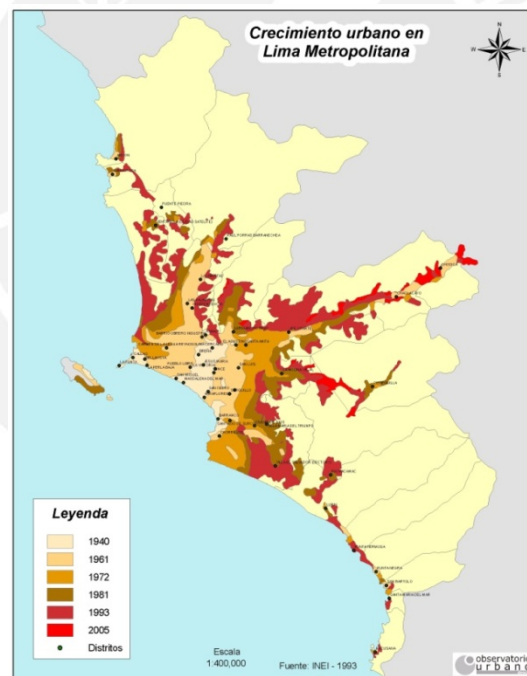
En *Lima La horrible*, por fin aparece la ciudad descrita en su integridad, reflejando la realidad nacional y las contradicciones que se derivan de un proceso modernizador aplicado sobre las bases de una sociedad tradicional. (Valero, 2004: 234). Sin embargo, para cuando apareció este ensayo ya la caída de la arcadia se hacía inminente: el mundo social de la aristocracia limeña, simbolizado por Prado y por el balneario de Ancón, se verían seriamente alterados por las migraciones del campo a la ciudad, que se habían iniciado 20 años atrás transformando la ciudad como antesala a lo que Matos Mar llamo *el desborde popular*.

Al mismo tiempo, las tendencias de extensión urbana producto del crecimiento demográfico de la ciudad y de los procesos de urbanización acelerada de Lima, rebasaron el esquema del plan piloto de 1949. Por ello, entre 1965 y 1968 la ONPU realizó el estudio del plan de desarrollo metropolitano (1967), como un instrumento ordenador del desarrollo de la ciudad. Tras el fracaso del esquema de transporte anterior, debido a la falta de vías de interconexión y el reducido e ineficiente parque automotor uno de los principales lineamientos del plan fue la movilidad. La propuesta era ordenar la ciudad mediante la habilitación de corredores de alta densidad que habrían de convertirse en los ejes de la expansión urbana en el futuro. (Dorich 1996:103)

Será recién en los años 70, durante el gobierno militar de Velasco (1968-1975) que se desarrolló una política orientada a consolidar los pueblos jóvenes, otorgando títulos de propiedad y habilitando zonas urbanas mediante la instalación de servicios de agua, desagüe y luz eléctrica. Una de las primeras iniciativas fue cambiar oficialmente el nombre despectivo de "Barriadas" por el de "Pueblos Jóvenes", cambio semántico que buscó incidir en el ideal de progreso y crecimiento de la ciudad y particularmente de estos mismos asentamiento en la periferia de Lima.

Durante dicho régimen militar, se construyó un gran proyecto de pueblo joven planificado, donde posteriormente se fundó Villa El Salvador; como lugar

asignado para la formación de barriadas. Sin embargo, la escasez y la distancia del transporte público, produjeron la creación de un nuevo “*bolsón barrial*” en la quebrada de Canto Grande. La formación y aglomeración de las barriadas entre los años 60 y '70 dio origen a los llamados conos de Lima como el nuevo fenómeno urbano en las zonas norte, este y sur de la trama urbana. Estos se originaron en terrenos desérticos, en su mayoría del Estado y sin ningún valor comercial, generando una expansión urbana externa al triángulo urbano Lima-Miraflores-Callao, conformándose así la periferia más grande de la ciudad³⁴



*Crecimiento urbano de Lima metropolitana³⁵. Fuente original

en <http://www.urbano.org.pe/observatorio/index.php?IDIOMA=OU&plantilla=contenido&ncontenido=146>

³⁴ Cada uno de los conos se desarrolló en las cercanías de las avenidas troncales de Pachacútec (Sur), la Vía de Evitamiento (Este) y la Av. Túpac Amaru (Norte). (Osorio, 2005)

³⁵ El cuadro muestra la expansión espacial de Lima en el tiempo; en él vemos cómo buena parte de esta expansión ocurre en un lapso de 30 años entre 1960 y 1990.

Este fenómeno se explica en parte por el fuerte crecimiento demográfico de Lima que se extendió hasta los años 70 y fue ocasionado principalmente por las migraciones masivas del campo a la ciudad tras la crisis de la reforma agraria. Ello dio origen a lo que Matos Mar(1988) llamó “*el desborde popular*” Según el autor, en 1961 la población de Lima era de 1’652,000 habitantes; 11 años después, este volumen casi se había duplicado, habiendo ascendido a los 3’302,523 habitantes y para 1981 a 4’492,260 habitantes³⁶

Asimismo, tal como la califica Ludeña, durante este periodo Lima también fue la **ciudad del desborde popular**: “La ciudad de la expansión radical multidireccional sin límites artificiales ni geográficos” (Ludeña,1997 :134). Esta ciudad fue producto de dos fenómenos aparentemente contradictorios: de un lado, su expansión por la fragmentación de sus partes entre centro y periferias, la integración de estos límites del de encuentro la formal y la informal., De esta antítesis urbana surge la idea de ciudad que se desarrolla como un todo orgánico.

1.4 La ciudad fragmentada

Durante el periodo 1980-2000, Lima siguió experimentando un fuerte flujo migratorio, esta vez ocasionado por el periodo de violencia política en el interior del país, cuyo número de desplazados oscilaría entre 600 mil y un millón de

³⁶ Al respecto véase Matos Mar, José: *Desborde popular y crisis del Estado, el nuevo rostro del Perú en la década de 1980*, Lima: CONCYTEC, 1988.

personas desde 1980³⁷. Es entonces que se inicia lo que Riofrío (1978) señaló como la crisis del crecimiento de la ciudad de Lima, ocasionada por la industrialización por sustitución de importaciones, el agotamiento de terrenos para la reproducción de barriadas y la crisis de Estado. De manera simultánea, se dio el colapso de los servicios públicos como el almacenamiento de agua, la producción de electricidad y la congestión de la ciudad. Todo ello llevó a la elaboración de distintos planes para el desarrollo urbano de Lima.

A inicios de la década de los ochenta la ciudad era extremadamente débil económicamente frente a las demandas de desarrollo urbano. Situación que se complicó con la delegación de responsabilidades del proceso de urbanización hacia los gobiernos locales, que no estuvo acompañada de una transferencia de recursos necesarios para llevarlos a cabo. Además, hasta el momento no existían estrategias de transporte, de desarrollo urbano en Lima metropolitana, ni instituciones responsables de una u otra cosa. Es así que surgió el Proyecto de desarrollo urbano de Lima metropolitana (1981). Sus objetivos eran apoyar la transferencia de responsabilidades a la municipalidad de Lima desarrollando su capacidad planificadora, así como mejorar la estructura administrativa. Para llevar esto a cabo, se pretendió ayudar a la población de menores ingresos a través de subproyectos de transporte, limpieza y de mercados (Dorich. 1996: 106)

³⁷ Tomado de Osorio 2005, op cit. Veasé Hatun Willakuy. Versión abreviada del Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación del Perú, Lima: Comisión de la Verdad y Reconciliación, 2004, nota al pie de página N° 72, p.386.

En 1986 se aprobó el *Plan de estructuración de Lima metropolitana*, con el fin de analizar los diferentes problemas que atravesaba Lima. Una de las principales conclusiones del plan fue que “los principales problema o niveles críticos” se agravarían en los años siguientes, porque las necesidades principales de servicios de agua, energía, transporte y vivienda, no podrían ser cubiertas con el ritmo de inversión en los años anteriores³⁸. La propuesta de estructuración urbana se planteó como una síntesis de la situación del crecimiento metropolitano de ese entonces. Una de las principales se relacionó con la tendencia de ocupación del suelo como elemento de promoción y desarrollo de la imagen de la ciudad: el propósito del plan era corregir los defectos de segregación espacial de un patrón de ocupación basado en unidades extremadamente pequeñas que elevaban los costos de dotación de servicios. Para ello se propuso una nueva organización como base para la planificación de las acciones del gobierno provincial sobre los patrones de asentamiento, localización de actividades industriales y la programación de obras viales y de infraestructura.

El Instituto Metropolitano de Planificación (1991), Desarrollo el Plan de Desarrollo Metropolitano para el periodo 1999 y 2010 (PLANDEMET en adelante).

³⁸ En esta línea, se implantan varios tipos de políticas de desarrollo con distintos ámbitos y objetivos. Principalmente, estaban orientadas a la distribución y organización del suelo para una programación del proceso de urbanización; a la finalización de la red vial existente, la promoción de la participación privada en la gestión urbana; al mejoramiento del equipamiento urbano; la implementación de sistemas legales y normativos, y finalmente, a la implementación de proyectos municipales de habitación y modelos de organización de empresas populares. Al respecto véase Dorich 2006.

Con este se buscaba lograr un reordenamiento físico-vial de la ciudad conformando cuatro grandes áreas urbanas, creando una trama urbana con múltiples centros que propiciara una mayor interconexión y movilidad. Para ello, se pensó en un reordenamiento vial mediante la construcción de una nueva Vía de Evitamiento Peri-urbano y de cuatro anillos viales que unan las áreas urbanas descentradas. (Dorich, 1996: 135-158)

El PLANDEMET significó una ruptura con el modelo de crecimiento urbano desde los años cuarenta basados en un modelo de centro y periferia, que se sostenía a través de un sistema radial de vías con entradas y salidas en base a un único centro urbano. Sin embargo, a pesar de la propuesta municipal de descentralizar la ciudad en varios centros interconectados, fue la inversión privada quien finalmente logró llevar esto último a término desde mediados de los '90. Con el retorno de las grandes inversiones inmobiliarias y la reorganización de las actividades económicas, se dio inicio a grandes inversiones en proyectos inmobiliarios y en infraestructura urbana³⁹.

El nuevo plan generó mejoras en los ejes viales como parte del proceso de transformación del espacio urbano, que buscaban hacer más accesibles los nuevos centros económicos, para darle mayor movilidad a la ciudad. De otro lado,

³⁹ Desde 1910 hasta 1995, el crecimiento urbano de Lima pasó de 12 a 507 Km², observándose el aumento más significativo entre 1970 y 1985 con un incremento de 29.4% del área urbana. (Ver Ismodes, Julio César, op. cit. p.106)

se llevaron a cabo fuertes inversiones de capital inmobiliario destinados a la construcción de grandes centros comerciales como el Jockey Plaza, la Plaza San Miguel, el Mega Plaza, el Centro Comercial de Camacho, Centro Comercial Primavera, etc. De otra parte, se iniciaron las respuestas estatales frente al colapso automotor ocurrido con la recesión de los ochenta; de esta manera, a inicios de la década de los noventa, por decisión de Alberto Fujimori, el Estado, abandonó la posibilidad de una política de transporte público masivo, optando por la concesión indiscriminada de licencia a pequeñas empresas privadas y autorizando la importación masiva de unidades de segunda mano: las combis de Japón, station wagon, custers entre otros⁴⁰. (Protzel 2011: 101-102)

En adelante siguen distintos periodos de cambios, de construcción y remodelación de obras públicas, y en especial mejoras de los circuitos viales. Uno de los principales cambios tuvo lugar durante la gestión de Alberto Andrade (1996-2002) con proyectos dirigidos a mejorar el rostro de Lima a través de remodelaciones importantes de la Plaza de Armas, la Plaza San Martín, la Remodelación del Parque Universo, etc. Estas remodelaciones del Centro Histórico empezaron generaron su revalorización paulatina por parte de la población, que veía el cambio de *Lima la horrible* a través de la transformación de espacios públicos con un alto valor histórico y simbólico de lo que fue el corazón de la Lima amurallada.

⁴⁰ Sobre este tema en particular, profundizaremos en el siguiente capítulo.

Siguiendo estas iniciativas, las obras de embellecimiento se extendieron fuera del Centro Histórico de la ciudad. Sin embargo, el crecimiento y deterioro del parque automotor, producto del ingreso de las viejas unidades, convertía al transporte en el nuevo problema principal de la Lima contemporánea⁴¹. Así, frente a la imposibilidad de crear un metro para solucionar el caos vehicular, fueron planteadas dos alternativas: de un lado, el alcalde de turno, Luis Castañeda (2003-2010) ejecutó el proyecto del metropolitano de Lima, basado en el modelo *Corredor Segregado de Alta Capacidad*, imitando el transmilenio de Colombia⁴². Del otro, durante el segundo gobierno de Alan García (2006-2011), se terminó el proyecto del tren eléctrico iniciado 30 años antes, ampliando el recorrido que conecta el distrito de Villa El Salvador en el sur con el Cercado de Lima, ubicado al norte.

Uno de los principales resultados de los procesos de transformación urbana fue el crecimiento los llamados conos de Lima, cuyo enorme movimiento económico propició la creación de grandes centros comerciales, como el ya mencionado Mega Plaza, Lima Plaza Sur, Lima Plaza Norte, etc. Ello pone en relieve que la importancia de una Lima conurbana, desbordaba la idea de una

⁴¹ Según un estudio de la ONU, las ventas de vehículos nuevos en Lima superarían las 190 mil unidades en 2012, generando un crecimiento del parque automotor del 10% anual, ubicándose en un promedio de 140 vehículos por cada 1.000 habitantes. Véase “*Estado de las Ciudades de América Latina y el Caribe*” (ONU, 2012).

⁴² se trata de la creación de corredor particular por el transita un bus recogiendo pasajeros

ciudad y sus conos. Tal como expresa Arellano (2004): si ellos [los conos] representan el 62% de la ciudad capital, dejando a lima central con solo un 28% [...] la denominación de conos suena que la verdadera ciudad es la lima de antaño y las nuevas zonas son una especie de accidente pasajero” (113). Ello lo podemos ver en siguiente mapa, en el cual se estudia la pobreza monetaria según cada una de estas Limas.



*Estudio de José Matos Mar, Elaborado por el instituto Geográfico Nacional⁴³

Desde el urbanismo, el fenómeno se interpretó como una **ciudad fragmentada**, que sin embargo se mantenía interconectada. Para entender el fenómeno, tal como lo explica Pablo Vega Centeno (2004) hay que señalar que “Lima deviene en una megalópolis sin un centro fuerte cuya población se reparte

⁴³Tomado de <http://www.amigosdevilla.it/historia/antecedentes02.html>

en varias zonas de cierta autonomía funcional”⁴⁴. Sin embargo, debido a la relevancia económica que adquieren estos procesos, las empresas de marketing configuraron el fenómeno de la Lima-conurbana y se empezó a hablar de “**Las Limas**”: a saber, Lima sur, Lima Este y Lima Norte. Con ello, se reconfiguraron las forma de entender la ciudad, ya no solo desde la mirada de la literatura, sino desde el marketing, mucho más sensible a las fuerzas y necesidades del mercado



*fuente Ipsos Apoyo : *Perfiles zonales de La Gran Lima 2011*

Tal como menciona Cabrera (2011), el paso de una mirada de “los conos” a otra de “las Limas” puede ser entendido como un proceso de reconocimiento de la diversidad económica y social invisibilidad tras de la denominación genérica de

⁴⁴ De la barriada a la metropolización. Lima y la teoría urbana en la escena contemporánea” en VV.AA Perú hoy. Las ciudades en el Perú. Lima Desco.

“cono”, que hacía referencia a zonas pobres de la ciudad”⁴⁵. Con ello las empresas de mercadeo y las encuestadoras crearon (y difundieron) representaciones sobre cómo entender “las Limas” en las que vivimos.

Ipsos-Apoyo habla de una “Gran Lima, que comprende el área conurbana de Lima -Callao como “Gran Lima” y distingue en su interior 5 Limas: Centro, Norte, Sur, Este y “Moderna”. En esta última confusa categoría se incluyen distritos disímiles como San Borja y Barranco, dejando de lado el carácter espacial, de los tejidos urbanos.

Siguiendo a Cabrera, nos preguntamos: “¿qué se entiende por modernidad?” La idea de lo moderno que se construye aquí no implica un criterio temporal : “la ocupación y consolidación de los distritos fuera de la Lima Moderna de Ipsos-Apoyo se produjo básicamente como parte de uno de los movimientos modernizadores más significativos de la sociedad peruana, las migraciones campo-ciudad” (Cabrero 2011). Se construye entonces una suerte de modernización excluyente de las zonas de la ciudad que han generado una mayor transformación de la misma.

Sin embargo, en la línea de lo que señala P. Vega Centeno (2013), a pesar del optimismo en el crecimiento económico de Las Limas, no podemos afirmar que

⁴⁵Al respecto véase el artículo completo en <http://limamalalima.wordpress.com/tag/ipsos-apoyo/>

se haya generado un gran polo de desarrollo económico para la ciudad. Tal como explica el autor, si bien Lima es policéntrica, los grandes núcleos de empleo en la ciudad, así como la concentración del 44% de la producción y servicios urbanos se encuentran en el área céntrica de la misma. En concreto, en el circuito de los distritos de San Isidro, Miraflores y el Cercado. Además, las clases dirigente de la ciudad se concentran solo en unos cuantos distritos, San Isidro, Miraflores y otros colindantes como Surco o Jesús María⁴⁶.

A pesar de la imagen de varias Limas emergentes que reemplazan a los antiguos conos, y cuya economía progresa gracias a la iniciativa privada de sus pobladores y de la inversión inmobiliaria, el crecimiento urbano experimentado en estas zonas de la ciudad resulta terriblemente inequitativo⁴⁷. La inversión privada terminó acentuado las diferencias sociales entre los espacios urbanos, dividiendo la ciudad y estimulando su fragmentación.

Hasta aquí hemos visto como los distintos imaginarios de Lima se cristalizan como reacciones frente a los procesos históricos que atraviesa la ciudad. De esta manera, encontramos una arcadia colonial que surge por la necesidad de una identidad nacional, una ciudad jardín frente al inhóspito porvenir

⁴⁶ Véase la fuente original del estudio citado por Vega Centeno en Por último, según el estudio de segregación socio-ocupacional llevado a cabo por Fernández de Córdova (2012)

⁴⁷ Ello se evidencia en “los islotes de auge inmobiliario cercados con rejas para diferenciarse y protegerse de la ciudad informal que se ha producido, con tejidos urbanos poco adaptados al necesario abastecimiento de las diferentes redes de infraestructura y populosos asentamientos humanos con pocas probabilidades de alcanzar en un futuro niveles de consolidación urbanos satisfactorios”.

del desierto que bordea el valle del Rímac y una Lima que se fue antes de que lleguen los procesos modernización. Finalmente, ninguno de los imaginarios termina de reflejar una realidad concreta, sino que al cristalizarse a través de los cambios históricos, adquieren nuevos significados en las narrativas de la Lima contemporáneas, dejando recuerdos de Limas que nunca existieron y ocultando tras ellas el duro proceso de construcción de la ciudad.



Cap. III La llegada de la ciudad anuncio: modernidad, imaginarios y publicidad en la ciudad de Lima.

“Me senté en el jirón de la unión a ver Lima pasar. Un centro comercial peatonal con pollerías y salones de tatuados relojes robados y discos compactos piratas en venta. Edificios coloniales cubiertos por carteles y anuncios publicitarios. Jeans Levi’s de imitación hechos en Gamarra; y zapatillas Adidas bamba hechas en el Llauca. Bullicio de conversaciones y transacciones: cambistas de dólares; casetes para aprender inglés [...] Músicos ciegos cantando. Choros tasando a los turistas. La ciudad respira. (Alarcón Daniel «Ciudad de payasos» 2006)

Las ciudades son el producto de la dinámica entre *la ciudad*, en tanto estructura física, y *lo urbano*, es decir el mundo social que habita dicho espacio. Las personas, los habitantes, los transeúntes no solo interactuamos con nuestra ciudad en su uso diario, sino que al mismo tiempo también la recreamos para nosotros mismos, como una forma de apropiarnos de ella. Tal como vimos en los capítulos anteriores, la configuración actual de Lima obedece a determinados procesos económicos y sociales pero al mismo tiempo estos han dado lugar a la producción de múltiples imaginarios urbanos, que se han cristalizado como formas de entender y experimentar la ciudad.

Lo que nos corresponde ahora es preguntarnos por los imaginarios actuales de Lima. En este sentido, nuestro interés es plantear una reflexión en torno al

tema de la publicidad, como parte del paisaje urbano, sobre el que se produciría un imaginario de modernidad en la ciudad. Para ello, hemos ordenado nuestra reflexión en tres secciones. En la primera sección, nos preguntamos por la modernidad en Lima, en base a la idea de *acción comunicativa* que M. Berman planteaba para ciudades como San Petersburgo, Paris o Nueva York. En una segunda sección exploraremos el fenómeno de la publicidad exterior como un elemento característico de las ciudades contemporáneas. Finalmente, en una última sección abordaremos el concepto de K.Lynch sobre la imagen de la ciudad, como una entrada teórico metodológica para aproximarnos a la publicidad como fenómeno urbano y la relación de los habitantes con esta.

3.1 ¿De Nueva York a Lima? : La Modernidad y fragmentación en la ciudad

El surgimiento de ciudades como Nueva York o San Petersburgo es lo que Berman (2006: 302) llama una “*acción y comunicación simbólica*”: la ciudad no solo se construye para satisfacer necesidades políticas y económicas, sino como una prueba de la capacidad de los *hombres modernos* sobre cómo puede ser imaginada y vivida la modernidad. Estructuras como el Central Park, el puente de Brooklyn, la Estatua de la Libertad entre otras fueron pensadas y se construyeron específicamente como expresiones simbólicas de la modernidad. Estas crean la *selva de símbolos* que envuelve a los habitantes neoyorkinos en lo que Berman llama una “atmósfera de modernidad que nunca deja de construirse”, donde las

excavadoras siempre están funcionando y las grandes obras hacen y rehacen la ciudad constantemente

Tal como vimos inicialmente según o Bahr & Bordosf (2012), la fragmentación es un elemento característico de las urbes latinoamericanas contemporáneas⁴⁸. Al mismo tiempo, al revisar el proceso de crecimiento de Lima⁴⁹ encontramos que la organización se ha dado de manera reactiva a fenómenos como el desborde popular o el fenómeno barrial (Matos Mar, 1998), generando el crecimiento desordenado de la ciudad por la falta de planificación⁵⁰. De aquí que al pensar en cómo se construye la idea de modernidad en Lima, identifiquemos dos de los que consideramos los principales fenómenos que caracterizan la percepciones de ella como metrópolis contemporánea: la fragmentación y el desorden en la ciudad⁵¹. Aunque ambos fenómenos están relacionados y se alimentan mutuamente, podemos intentar distinguirlos analíticamente.

De un lado, un fenómeno es la percepción del *desorden* de la ciudad que se manifiesta en las representaciones tanto del crecimiento urbano como del

⁴⁸ Véase el primer capítulo de la tesis o vaya a la fuente: BÄHR, Jürgen y BORDORF, Axel. La ciudad latinoamericana. La construcción de un modelo: Vigencia y perspectivas. *Urb[es]*. Año II número #2. 2005

⁴⁹ Véase el segundo capítulo de la tesis o consulte la bibliografía citada en el mismo.

⁵⁰ Ello no quiere decir que no existieron planes como el PLANDEMENT o el Plan Piloto de Lima

⁵¹ Cabe señalar que existen otros elementos importantes en la percepción actual de la ciudad como lo es la delincuencia o la inseguridad ciudadana que aparecen en la encuestas de percepciones ciudadanas en <http://www.limacomovamos.org/>

sistema de transporte *público*⁵². Tal como vimos, el crecimiento urbano de Lima no ha sido ni homogéneo ni ordenado. La atomización de la gestión urbana entre instituciones municipales y el gobierno central generó un desarrollo desarticulado, que combinado con la falta de planificación urbana, dio lugar a soluciones parciales e improvisadas de la sociedad civil y a proyectos privados de construcción (Protzel, 2011 p.100). La ineficiencia del Estado para orientar el crecimiento urbano resultó en una ciudad que se ha autoconstruido y se ha potenciado mediante las fuerzas del mercado, pero sin ningún tipo planeamiento. Como apunta Burga (2006) el tercio de las superficies de Lima fueron autoconstruidas o edificadas precariamente. El fenómeno de autoconstrucción facilitó los procesos de urbanización en las invasiones de terrenos baldíos, ocasionadas por el aumento del flujo migratorio y el hacinamiento en la ciudad⁵³.

De otro lado, el desorden del tráfico vehicular aparece hoy en día como uno de los principales problemas de Lima. Tal como señala las encuestas de Cidatt, durante los años noventa circulaban alrededor de 400.000 vehículos por la ciudad: para el 2006, estos ya habían rebasado el doble de unidades con 900.000 vehículos y para el 2010 estos ya sobrepasaban el millón. Para autores como Protzel, uno de los problemas es que las avenidas aún mantienen un diseño

⁵² Adelantando algunos resultados de nuestro trabajo de campo, y del estudio exploratorio anterior a él, el calificativo que usaron los entrevistados es el de “caos” para describir la situación predominante en las avenidas de la ciudad.

⁵³La autoconstrucción de estas viviendas se logró mediante la reciprocidad vecinal entre pobladores, que les permitió subsidiar los costos respectivos de construcción.

pensado para los parámetros del tráfico de la década de 1940 (Protzel, 2011, p101).⁵⁴

El problema del transporte no se reduce a la capacidad de la infraestructura vial; encontramos antecedentes del mismo desde la década de los sesenta. El *desborde popular* que experimentó la ciudad en aquellos años no solo significó la explosión demográfica de Lima, sino también el aumento de las necesidades de movilidad dentro de la ciudad. La respuesta estatal fue la liberalización del transporte y en particular de la libre competencia de tarifas, eliminando las restricciones legales y permitiendo que cualquier persona con un vehículo pudiera prestar servicio de transporte público. Así, desde 1991, el Estado dejó de gestionar el transporte público; optando por concesión indiscriminada de licencias a pequeñas empresas y dejando de regular cualquier aspecto de seguridad de las unidades, apelando a la *buena fe* de los empresarios (Bielich, 2008, 39).

Paralelamente, en el Parque Automotor tuvo lugar un cambio significativo. Durante la década del noventa, se inició la importación de vehículos de segunda mano del mercado japonés, en especial de camionetas rurales conocidas (combis), que abarataban enormemente los costos de mantenimiento y adquisición de unidades de transporte público, permitiendo su rápida proliferación y la creación de nuevas rutas para cubrir la demanda de movilidad. Con ello se da

⁵⁴ Tomado de Protzel 2011, para más información remitirse a la fuente original : (Cidatt en Lima.)

un cambio en la problemática del transporte, pasando de una crisis por escasez de oferta a otra provocada por una sobreoferta deficiente⁵⁵.

A pesar de las normativas al transporte que se han aplicado hasta la fecha, el panorama que se aprecia hoy en día incluye un tráfico caótico, con un transporte público agotado basado en unidades antiguas, camiones y camionetas rurales adaptadas a la ciudad. Alternativas como el metropolitano o el tren eléctrico colapsan por la creciente demanda de movilidad. El problema se agudiza con el aumento del transporte privado, que solo genera que la infraestructura vial de la ciudad resulte insuficiente, incrementándose así el tráfico en las horas punta. En suma, tanto el fenómeno de la autoconstrucción como el de la autoorganización del transporte urbano fueron ambos “actos de fe” producto del desentendimiento del Estado, por su falta de acción política, de gestión, de capital económico, de entendimiento o por la necesidad de dar soluciones inmediatas, que actualmente se vuelcan sobre la ciudad como los principales problemas de sus habitantes.

El segundo fenómeno que va de la mano con el crecimiento de Lima es la experiencia fragmentada de la ciudad. Tal como señala Vega Centeno (2013), el modelo dominante de urbanización que vienen experimentando las ciudades en

⁵⁵ Según estudio de la ONU, las ventas de vehículos nuevos en Lima superarán las 190 mil unidades en 2012. Con ello se estima que el parque automotor crece a un ritmo anual del 10%, ubicándose en un promedio de 140 vehículos por cada 1.000 habitantes. Vease *“Estado de las Ciudades de América Latina y el Caribe”* (ONU, 2012).

Latinoamérica se caracteriza por el papel determinante de los inversores inmobiliarios, quienes terminan decidiendo sobre el tipo y forma del crecimiento urbano. Sin embargo, los proyectos que se construyen terminan siendo cerrados y autónomos respecto a los lugares en los que se insertan, generando un *divorcio* con el espacio público de la urbe. Ello termina originando lo que Bahr (2005) denomina el desarrollo de una *ciudad fragmentada*, debido a la desconexión de la trama urbana tanto en sus áreas centrales como en sus zonas de expansión.

Según Protzel (2011), la ciudad se encuentra fragmentada en dos niveles: en el plano de la subjetividad y el de la estratificación por zonas. De un lado, el predominio de lugares de tránsito rápido y continuo sobre aquellos abiertos a los peatones y al goce del tiempo libre. Ello implica una nueva experiencia colectiva a través de la que la ciudad se *desespacializa* virtualmente, pues su uso se reduce al puramente instrumental y a recorridos que no llevan a ningún tipo de intercambio social. Del otro, la movilidad en la urbe y el hecho de que permita visibilizar a las clases sociales sin suprimirlas. Esto, pese a lo mencionado, solo separa cada esfera del espacio público: las zonas residenciales se mantiene estrictamente jerarquizadas por ingresos y hábitos de consumo, aunque las conexiones viales se mantengan conectadas (Protzel 2011 p. 104-105).

El problema con esta postura es reducir la fragmentación de la ciudad a una correspondencia por clases sociales, cuando la configuración actual de Lima es

producto del crecimiento no planificado que ha experimentado la ciudad buscando responder a las necesidades básicas de vivienda, más recientemente a las demandas del mercado inmobiliario y al surgimientos de nuevos centros de poder adquisitivo. Actualmente ocurre que la trama urbana de la ciudad se construye como un contínuum debido a la articulación vial, aunque, en su interior, existan espacios que funcionan como complejos cerrados y autónomos del resto de la ciudad. Tal es el caso de La Encantada en Villa o las urbanizaciones de la Molina.

Finalmente, hablar de Lima fragmentada resulta un lugar común, pero nunca queda claro qué es lo que ha sido fragmentado o, mejor dicho, a qué totalidad previa se está aludiendo con ello. En su lugar, resulta más práctico hablar de rupturas de la ciudad que ocurren en diferentes dimensiones: territorial, organizacional, económica o social, como resultado del caótico proceso de expansión y articulación de la ciudad.

No es de extrañar entonces que la urbe aparezca como un todo desconocido para sus habitantes; tal como señala García Canclini (1996) para vivir en ella las personas elaboran suposiciones parciales tomadas de distintas fuentes. En la medida que esta totalidad resulte desconocida esta se instituirá mediante las significaciones que sus actores le dan, más que por cálculos o determinaciones racionales. (Simmel, 1998 P.257)

Tanto el desorden del tráfico vehicular como la percepción de fragmentación de sus habitantes son características de Lima contemporánea. Sin embargo, ¿no son acaso estos hitos signos de aquello que se opone a la idea de ciudad moderna? De un lado, el caos resultante de la falta de organización y de planificación de vivienda y transporte, la improvisación del sector inmobiliario y los «*actos de fe*» sobre los que se ha edificado Lima, evidencian la carencia de una planificación urbana. Del otro, al ser una megalópolis moderna, los imaginarios que se producen de la ciudad resultan parciales, como si el contínuum de la trama urbana no fuese suficiente para cohesionar Lima bajo la idea de una única ciudad orgánica y funcional, sino que dentro de ella, los espacios se aíslan, cobrando un significado particular y disonante respecto del resto de la ciudad.

Antes de continuar vale la pena preguntarnos ¿qué entendemos por modernidad? La modernidad no es lo mismo que el proceso de modernización. En ocasiones por modernidad entendemos el proceso histórico a lo largo del cual surge el pensamiento ilustrado, que privilegia la razón como principio fundante del pensamiento moderno⁵⁶. Ello permite una concepción no solo de un sujeto racional, sino la aparición de instituciones tales como el mercado o el Estado moderno, que terminaron por configurar la organización social, política, económica del mundo occidental y el surgimiento de valores “*universales*” como: el progreso,

⁵⁶Nos referimos al conjunto de teorías, principios y prácticas que buscaban romper con el pasado y la secularización de la razón, los cuales surgieron durante el siglo XVIII en Francia, tras la Revolución Francesa.

la racionalidad, el humanismo y el respeto al otro⁵⁷. Sin embargo, tal como nos dice Habermas (1989), lo que caracteriza a la modernidad es su constante renovación:

“El término ‘moderno’ expresa una y otra vez la conciencia de una época que se mira a sí misma en relación con el pasado, considerándose resultado de una transición desde lo viejo hacia lo nuevo [...] Esto significa que el término aparece en todos aquellos períodos en que se formó la conciencia de una nueva época, modificando su relación con la antigüedad y considerándose un modelo que podía ser recuperado a través de imitaciones” (Habermas, 1989 p.1)

De aquí que Habermas se refiera a la modernidad como un *proyecto inacabado*: lo moderno siempre se está construyendo como un horizonte constante. Ello implica que la modernidad permanentemente se interpreta a sí misma mediante el ejercicio de (re)definir qué es lo moderno. En esta línea, al preguntarnos por la modernidad en la ciudad, optamos por la entrada dialéctica desarrollada por Marshall Berman (2006) que nos permite entender las interpretaciones que surgen de los procesos y transformaciones urbanas. Berman empieza definiendo la modernidad como una “experiencia vital” compartida por los hombres modernos, que se ven frente a la vorágine de continuas transformaciones y destrucciones que tienen lugar en el mundo. Sin embargo, lo que nos interesa es

⁵⁷ Este reconocimiento al otro es parte de lo que se llama la alteridad o la otredad, principio filosófico y político básico del pensamiento moderno según el cual se debe partir por el reconocimiento universal de las personas a pesar de sus diferencias de clase, culturales, sexuales, religiosas etc.

retomar la idea de entender la modernidad en la ciudad como un producto que surge de la tensión que se crea entre la modernización y el modernismo:

“En el siglo XX, los procesos sociales que dan origen a esta vorágine, manteniéndola en un estado de perpetuo devenir han recibido el nombre de modernización, estos procesos de la historia han nutrido una asombrosa variedad de ideas y visiones que pretenden hacer de los hombres y mujeres los sujetos tanto como los objetos de la modernización, darles el poder de cambiar el mundo que está cambiándolos, abrirse paso a través de la vorágine y hacerla suya. A lo largo del siglo pasado estos valores y visiones llegaron a ser agrupados bajo el nombre de modernismo” (p.2)

Entendemos la modernidad como el resultado de los procesos de transformaciones sociales, económicas, científicas y tecnológicas así como las interpretaciones y conducción que lleva a cabo la cultura de los mismos.⁵⁸. De esto se infieren tres asuntos importantes que debemos desarrollar: Primero, que la modernidad se trata de un fenómeno predominantemente urbano; segundo, que solo puede entenderse en función a estos procesos de transformación urbana; por último, que la idea de modernidad se produce en base a las interpretaciones de estos mismos procesos.

Ciertamente, la ciudad aparece como el lugar de la modernidad, donde se dan los procesos de modernización que originan el modernismo (que a su vez busca interpelar estos procesos). La ciudad aparece aquí como escenario y a su

⁵⁸ La definición de Berman de *modernismo* como “cualquier intento de parte de los hombres de modernos de ser sujetos y objetos de la modernización, tal como lo explica en el prefacio del libro, es una manera *amplia y abierta* de comprender la cultura, distinta al enfoque curatorial que divide las actividades humanas, por el contrario la entrada de Berman busca permitir ver toda clase de actividades artísticas, intelectuales, políticas, etc. como parte de un mismo proceso.

vez como consecuencia de esta dinámica que entendemos como modernidad. Sin embargo, la modernidad no puede ser un fenómeno homogéneo, no se ha reproducido de la misma manera en cada ciudad porque las transformaciones sociales, económicas e institucionales y sus respectivas interpretaciones ocurren de manera distinta en cada una. En este sentido, tanto para Lima, como para cualquier otra ciudad de América Latina, debemos considerar lo que plantea Gorelik (1999)

“La modernidad [en América Latina] fue un camino para llegar a la modernización, pero no su consecuencia; la modernidad se impuso como parte de una política deliberada para conducir a la modernización, y en esa política la ciudad fue el objeto privilegiado” (Gorelik, 1999: 13).

Es decir que existió una directiva por elaborar un horizonte moderno que dotara de sentido y que justificara los proyectos de modernización de las ciudades, bajo la consigna que solo a través de dichos procesos iba a ser posible alcanzar la modernidad. Tal fue el caso de las iniciativas durante el gobierno de Leguía por modernizar Lima. Detrás de esta lectura de la modernidad está implícita la idea de que a través de la ciudad se puede ordenar la sociedad. En esta idea la ciudad apareció como el artefacto y el lugar para inventar la modernidad, extenderla y reproducirla⁵⁹. Independiente de sus características reales e históricas, la ciudad fue pensada como el instrumento para arribar a una sociedad moderna⁶⁰.

⁵⁹ Desde la colonia la ciudad sirvió, de un lado, para situar los enclaves desde donde se produjo el territorio de las repúblicas independientes y para concebir en estos espacios los estados a imagen y semejanza de la ciudad

Frente a ello encontramos que Lima, siendo una de las ciudades más grandes del continente, presenta un escenario completamente distinto: de un lado, la construcción de Lima no ha obedecido a una “*acción y comunicación simbólica*” de un proyecto moderno; por el contrario, es el resultado tanto de los proyectos estatales, del crecimiento del sector inmobiliario y del crecimiento urbano que ha experimentado la ciudad: es decir desde la relación entre Estado, mercado y la sociedad civil. Del otro, la interpretación de estos procesos ha sido terriblemente ineficiente. Al revisar muchos de los planes de Lima, como el plan piloto de Lima o los planes de desarrollo metropolitano, como hojas de ruta que en principio expresaban la mirada institucional de estos fenómenos, queda claro el completo desconocimiento de los mismos.

¿Entonces, si aún hablamos de modernidad en Lima, de qué modernidad estamos hablando o cómo entendemos estos fenómenos? Frente a la lectura “oficial” de la ciudad existe la posibilidad inversa: entender los distintos procesos de crecimiento urbano como mediaciones para arribar a la modernidad y buscar a través de ellas la construcción de un horizonte abstracto compuesto por las

y su ciudadanía europea; del otro como polo de desarrollo, desde donde expandir la modernidad. (Gorelik, 1999, p.12)

⁶⁰ De aquí que elementos como la vivienda digna y la ciudad sana se plantearan como requisitos del orden social

diferentes interpretaciones que puedan surgir del mismo⁶¹. De aquí que nos preguntemos por las múltiples representaciones que surgen sobre la publicidad como un fenómeno urbano particular que da cuenta de las dinámicas económicas urbanas. Como veremos, esta se encuentra ligada a las representaciones de la ciudad moderna.

3.2 Mírame que soy realidad: ciudad y publicidad

Líneas arriba señalamos que una de las principales consecuencias de las transformaciones productivas fue el surgimiento de una dinámica urbana impulsada por los negocios inmobiliarios que surgen en paralelo con los nodos administrativos de firmas globales así como a los efectos de las políticas de “city-marketing”. Todo ello produjo la aparición y proliferación de artefactos arquitectónicos emblemáticos en las grandes ciudades contemporáneas. Sin embargo, más allá de la identidad específica de cada ciudad, estos nuevos artefactos caracterizaron un tipo de paisaje urbano representativo de la ciudad globalizada y hoy en día encarnan la principal expresión simbólica de la nueva fase de modernización capitalista globalizada, obteniendo un poderoso impacto en el funcionamiento y en la organización de la vida cotidiana de las ciudades. (Castells 1995, De Mattos 2006).

⁶¹ Por ejemplo en esta línea fenómenos como las barriadas se puede leer como la construcción de un horizonte abstracto, que si bien no se puede leer en las claves de un “*proyecto moderno*”, se manifiesta en la mejoras substanciales de las condiciones de vida, pero también en el espacio urbano a través de la vivienda y el transporte

“Lima, es probablemente uno de los mejores ejemplos en América latina para observar con nitidez la “nueva” arquitectura y parafernalia figurativa surgida del reordenamiento liberal de la economía [...] La Lima de fines de los noventa ya no es la misma ciudad de hace diez años. La profunda transformación que ha tenido lugar en este periodo, ha terminado por modificar el formato tradicional de esta especie de metrópolis barriada. Lima es hoy el escenario de nuevos procesos, complejas arquitecturas y desusados megaproyectos en medio de, igualmente, nuevos conflictos sociales y económicos” (Ludeña 2002, 17)

El sector privado ha sido determinante en la transformación de la imagen de la Lima actual. Ello no se limita únicamente a las construcciones inmobiliarias de las grandes edificaciones, sino también a un tipo de equipamiento especializado para el espacio público: la publicidad exterior, es decir, el soporte físico de los anuncios publicitarios indistintamente de su contenido, ya se trate de parantes, vallas, carteles, etc. Ludeña nos explica cómo Lima pasó de ser una ciudad de discretos anuncios publicitarios y casi ausente arquitectura etnográfica⁶², desde inicios de los noventa, vio sus calles y espacios públicos invadidos por una “selva de monumentales vallas publicitarios compitiendo en tamaño y significación con la propia arquitectura” (Ludeña, 2002, 181)⁶³.

⁶² Son carteles hechos con luz policroma o neón para su contemplación nocturna y, a veces, dotados de movimiento.

⁶³Tal como explica Bengolea citado por Ludeña : “La noche empezó a ser más iluminado. No solo significó una superación de la ciudad en tinieblas de los Ochenta, sino la multiplicación nocturna del desorden y caos. Véase la fuente ultima en José Bengolea : “Modernidad o Modernización”, en Diseño de espacios, N°01-02, Año IV Lima 1997.

La publicidad exterior sin embargo presenta ciertas particularidades sobre las que debemos profundizar. Entendemos la publicidad tal como lo hace Naomi Klein, quien parte de la distinción entre los productos y las marcas: las grandes empresas transnacionales no se dedican a la venta de productos, sino de la marca. Aunque los conceptos de marca y de publicidad se suelen confundir, el proceso al que aluden no es el mismo. Publicitar los productos es sólo uno del aspecto de la marca, entendida como “el significado esencial de la gran empresa moderna”, mientras que la publicidad es el vehículo que se utiliza para transmitir al mundo ese significado (Klein, 2001).

Tal como explica Codeluppi (2007) la publicidad funciona a través de la asociación entre significados e imágenes y los productos para dotarlos de valor simbólico. El modelo de consumidor actual no solo busca los productos, sino el conjunto de significados asociados al producto como el éxito, el poder, la aceptación social y la belleza, etc. En este sentido, el objetivo de la publicidad es capturar los significados ya existentes en la sociedad y adaptarlos a los productos ofertados en el mercado de consumo. Se trata de una construcción artificial de productos y servicios cargados de valores que no les son propios, pero que aparecen asociados de manera natural.

Conforme se desarrolla esta dinámica económica, se hace necesario un tipo de soporte físico que facilite un mejor funcionamiento y satisfaga las nuevas necesidades de servicios y consumo. Con ello se reproduce un paisaje global,

generando una tendencia uniformizante del entorno urbano caracterizado por la presencia de determinados componentes como: centros comerciales, grandes hoteles, restaurantes de comida rápida, edificios corporativos y, en particular para nuestro caso, la publicidad exterior.

La publicidad es entonces un ejercicio de comunicación, es la forma de construir y difundir la asociación ente el producto o la marca y el conjunto de valores deseados, con el objetivo de que estos últimos se traduzcan en actitudes favorables de las personas hacia las marcas y en un aumento del consumo de las mismas. Para ello, recurre a distintos medios de comunicación y estrategias de marketing tales como televisión, radio, cines, flyers, espectáculos en vivo, etc.

Frente a lo “público” de la publicidad usamos el término de “publicidad exterior” para referimos a cualquier imagen o texto producido que busque representar intencionalmente una marca, organización o institución en la ciudad. Lo particular de la publicidad exterior es que es un elemento del espacio público, de lo que Lynch (2000) llama la imagen pública de la ciudad, diseñada específicamente para operar en él que, sin embargo, responde a una lógica privada: la publicidad busca promocionar productos o marcas privadas. Como resultado, tal como muestran las investigaciones de N. Klein (2001) cada vez son menos los espacios públicos en el mundo libres de anuncios publicitarios⁶⁴.

⁶⁴ Naomi Klein No-Logo

Consideramos en esta categoría desde los logos, los anuncios luminosos de las tiendas, los avisos municipales, las gigantografías, hasta los enormes los paneles aéreos, que hemos clasificado en la siguiente tipología ⁶⁵ :



La publicidad, como herramienta, es ubicada estratégicamente sobre estructuras físicas que forman parte del espacio público de manera tal que, en teoría, debería ser vista por la mayor cantidad de su público objetivo; es decir

⁶⁵ Existen muchos casos paradigmáticos de las innovaciones que genera la publicidad. no solo en las calles, que se ven cubiertas por ellas, sino también en el transporte público, así como en algunas movilidades escolares, incluso dentro de las mismas unidades de transporte, que llevan publicidad bajo la figura del patrocinador o “sponsor”.

que debería estar donde su mensaje pueda tener un mayor impacto en términos de difusión; no solo se trata de las dimensiones de la imagen, sino también su ubicación y su forma. Indistintamente del contenido de la publicidad, podemos abrir un espectro valorativo del fenómeno: de un lado, la publicidad puede ser entendida como un elemento que permite construir ciudad, señalar, ordenar y organizar ciertos espacios en las concepciones de las personas. Los vuelve lugares visibles dentro de la construcción del imaginario urbano, operando como puntos de referencia importante dentro del paisaje urbano.

Del otro, la publicidad exterior es parte del mobiliario urbano y genera un escenario bastante caótico. No hay una regulación uniforme de la publicidad, lo que muchas veces deriva en la aglomeración de carteles sin ningún tipo parecido entre sí en cuanto tamaño, altura, luminosidad, ubicación, etc. generando un escenario bastante desordenado. Adicionalmente, las estructuras que sostienen la publicidad, como parantes, vallas o los mismos carteles no suelen recibir mantenimiento, se encuentran bastante deteriorados y aglutinados en un mismo espacio, generando lo que comúnmente se llama “contaminación visual”.

La publicidad exterior es el resultado de las estrategias de marketing de las empresas, que buscan llegar a una mayor cantidad de consumidores en potencia. El espacio público no solo funciona como un espacio de flujos sino que a la par también es un medio de comunicación. En esta línea, nos preguntamos si con

ello no se esboza una forma particular de relacionarse de las personas con la ciudad. Como señalamos anteriormente, el espacio público de la gran ciudad puede ser entendido tal como lo hace Joseph (1988), como el **espacio anuncio**, debido a que en las ciudades modernas se caracterizan por las relaciones superficiales representadas por la publicidad en las avenidas como estructuras que existen en la ciudad, pero que no son contempladas.

Es importante señalar que en el espacio público urbano la percepción no funciona como una contemplación, sino como lo que Taussig (1995) llama una *distracción*. Ello se refiere a un modelo de percepción diferente, “como una visión periférica desatada por la vida moderna”. Siguiendo a Benjamin, el autor plantea como la forma distraída de ver la publicidad es justamente lo que rompe con la mirada contemplativa de la ciudad, dando paso a la distracción como la forma de relacionarse con la urbe.

“¿Qué es, finalmente, lo que hace que la publicidad sea tan superior a la crítica? [...] No lo que proclama el cambiante cartel rojo, sino la ardiente mancha que lo refleja sobre el asfalto, no el lenguaje, sino la imagen y no solo la imagen, sino su tactilidad” (Taussig, 1995, p.188)

La tactilidad⁶⁶ se refiere a las formas cotidianas de conocer y relacionarse a través de los usos y de las prácticas cotidianas. Con ello, la percepción, es decir, la mirada contemplativa pasa a un segundo plano; de aquí que la publicidad no

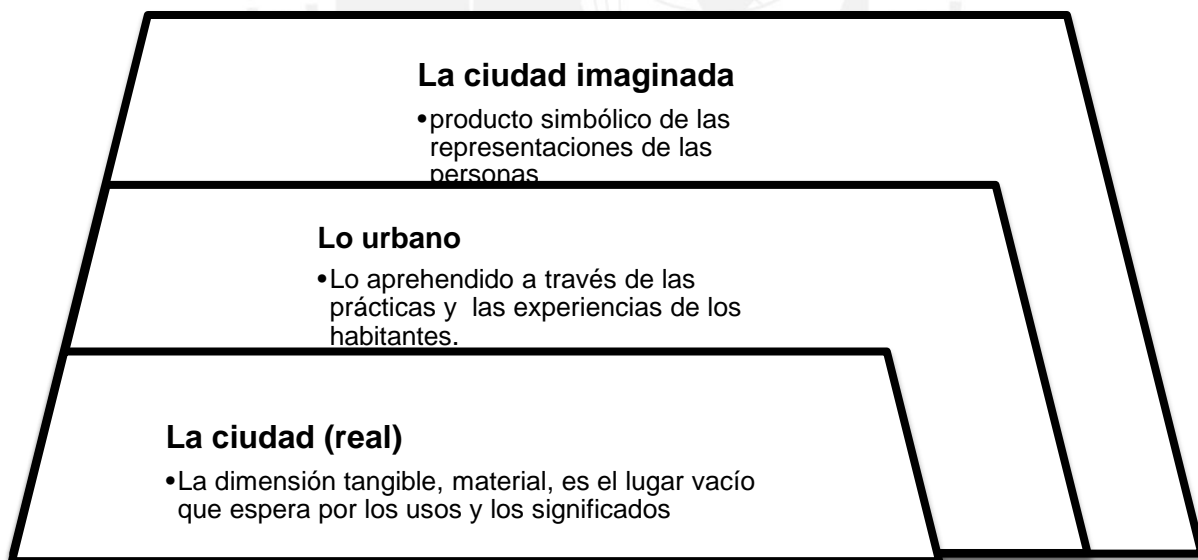
⁶⁶De aquí la idea de la tactilidad como aquello que se toca, se manipula se usa

solo sea un símbolo del crecimiento de la ciudad y de la presencia de dinámicas comerciales, sino que también represente una nueva forma de experimentar y relacionarse con ella. De esta manera, la relación que los habitantes construyen con su ciudad no solo se da a nivel de sus prácticas y usos del espacio urbano, sino que también se teje sobre el paisaje, la “estética”; finalmente, sobre la imagen de la ciudad.

3.3 “Como te ven te tratan”: La Imagen de la ciudad y los imaginarios urbanos

En paralelo a la distinción presentada inicialmente por Delgado, podemos plantearnos una segunda distinción analítica al separar una dimensión imaginaria (la imagen mental) de una dimensión “real” (exterior al individuo). Es en este último plano desde donde entendemos la imagen, tal como lo hace Lynch (2000). Según explica el autor, *la forma de la ciudad* es el ordenamiento y la organización del espacio físico que los individuos distinguen y donde ellos se orientan. En cambio, *la imagen del espacio* se forma en un proceso entre lo observado y el observador. Es decir que ésta se crea en la relación entre el individuo y la ciudad: lo que el observador ve no solo depende del exterior, sino también de la manera cómo lo ve, cómo lo interpreta, organiza y orienta su atención (p.15).

No se trata de la imagen mental que los individuos poseen; la imagen de la ciudad de la que habla Lynch se refiere al conjunto de elementos naturales y contruidos que forman parte del espacio físico, en interrelación con los usos y costumbres de sus habitantes. Además, aunque cada representación individual sea única, tal como explica Lynch, la imagen de la ciudad es una imagen pública, que resulta de la superposición de las imágenes individuales de sus habitantes. Esto no significa que todo se reduce a única imagen de la ciudad, sino que se crean imágenes colectivas de ella necesarias para que los individuos actúen acertadamente dentro del medio o ambiente urbano y cooperen entre ellos.



(Lynch, 2000; p.60)

Resulta conveniente separar analíticamente tres dimensiones de la ciudad (o del espacio público) que sinteticen lo que hemos planteando en el primer

capítulo: la primera dimensión corresponde a la ciudad real, en su dimensión tangible, material; como objeto físico, es el lugar el escenario vacío que espera por los usos y los significados; una segunda dimensión se refiere a la ciudad aprehendida a través de las prácticas y experiencias de sus habitantes; se refiere a “lo urbano” de la ciudad a “las prácticas microbianas”; finalmente, una última dimensión será la ciudad imaginada como producto simbólico de las representaciones de sus habitantes ⁶⁷(Lynch, 2000; Joseph 1988; Goffman, 1983; Simmel, 1994).

Así, la imagen de la ciudad es parte a su vez de esta *ciudad real* en la medida en que aparece como una imagen pública. Esta es la dimensión de la ciudad que es percibida por sus habitantes. En base a ella, los imaginarios organizan el tipo de representaciones que se generan sobre la misma y sus diversos lugares. Si bien las representaciones de la ciudad no se limitan a su imagen, estas pueden construirse en base a eventos, prácticas. Impresiones, referencias, etc. Sin embargo, al preguntarnos por la publicidad exterior debemos hacerlo necesariamente también por la imagen de la ciudad, dado que, al formar parte del equipamiento urbano, la publicidad también forma parte de la imagen de la ciudad.

⁶⁷ Esta síntesis está basada en la presentada por E Gonzales en *Ciudades Paralelas* 1994

A pesar de que los soportes físicos de la publicidad formen parte del equipamiento urbano, lo particular de estos es que tienen su propio contenido; es decir, el anuncio en sí, una imagen alusiva a una marca, un producto una institución etc., que suelen rotar con el tiempo dependiendo del tipo de alquiler que se haga. Ello implica una dinámica particular de estos nuevos artefactos: la imagen del anuncio o de la marca particular no se asocia con el espacio o con la imagen de la ciudad. A pesar de esto, no todos los soportes físicos responden a esta lógica; algunos anuncios son específicos de un tipo de marca determinada y se vuelven característicos de un lugar, en especial cuando se trata de locales como casinos y centros comerciales, que están asociados a grandes edificaciones⁶⁸.

Al respecto, sostenemos que la publicidad afecta las percepciones de la ciudad en la medida en que crea una imagen en conjunto que emula de manera casi accidental los distritos comerciales de grandes ciudad como Tokyo o Nueva York y al mismo tiempo, independientemente del contenidos de los anuncios, opera como un indicador de crecimiento económico en la zona y de mejoras sustanciales para las avenidas de alrededores. Serian estas las condiciones que sopesarían la imagen fragmentada y el caos que estaría generando la publicidad en estas últimas. Por ello, la pregunta entorno a la cual gira esta investigación es

⁶⁸ Uno de los ejemplo más evidente era el antiguo anuncio de coca-cola ubicado en la Av. Javier prado a la altura de la vía expresa.

si la publicidad exterior en las avenidas tiene influencia significativa en la producción de imaginarios de Lima como metrópolis moderna.



Cap. VI. Publicidad y Modernidad

El objetivo central de esta investigación ha sido **conocer si los imaginarios actuales de modernidad de Lima se crean en función a la publicidad exterior en las avenidas**, como parte de los nuevos equipamientos de las metrópolis contemporáneas. Para comprobarlo tuvimos que, en primer lugar, dar cuenta de que existe un imaginario de modernidad en la ciudad, un horizonte abstracto o referente al cual podamos acercarnos para reconstruir las características principales de aquella modernidad para sus habitantes; y en segundo lugar, preguntarnos sí la publicidad exterior forma parte de este imaginario y cuál es el papel que cumpliría en él.

Es importante anotar que muchas de las decisiones metodológicas de la presente investigación se basaron en las conclusiones de un estudio preliminar realizado en la avenida La Marina sobre la publicidad exterior⁶⁹. En dicho estudio concluimos que una avenida como La Marina puede contener más de 500 anuncios en todo su recorrido. Sin embargo, al margen de la recordación de los anuncios, es indispensable reconocer las características propias del espacio donde se sitúan, para entender cómo se relacionan con el paisaje urbano y su impacto en las percepciones de los transeúntes. Ello explica la necesidad de recoger las imágenes, percepciones y valoraciones de las avenidas de la ciudad y

⁶⁹ El estudio preliminar fue efectuado en el año 2011 en él se aplicó un cuestionario a 200 transeúntes de la avenida La Marina.

la decisión de tomar distintas avenidas principales de la ciudad en relación de conectividad con cada uno de los antes llamados conos de Lima, dado que la distribución, tipo y volumen de la publicidad varía en cada una de ellas.

En base a ello, aplicamos nuestro sondeo a una muestra de 75 personas en las siguientes avenidas de Lima: Javier Prado, La Marina, Próceres de la Independencia, Defensores del Morro y Tomas Valle. Aunque los resultados no son generalizables por las dimensiones del estudio, consideramos que los resultados y el estudio mismo abren un camino importante de reflexión sobre el transeúnte y sus formas de entender, pensar, imaginar y actuar sobre la ciudad. Hemos organizado nuestros resultados según las siguientes etapas del sondeo: en la primera etapa presentamos los resultados generales sobre las percepciones de las avenidas de Lima; luego, en la segunda etapa ahondamos en las representaciones particulares de las 5 avenidas que seleccionamos; para finalmente analizar el papel de la publicidad en las percepciones sobre dichas avenidas.

Nuestra muestra está conformada por un 43,2% de mujeres frente al 56,8% de encuestados varones. En cuanto a la composición por edad, el rango de edades de nuestros encuestados oscila entre los 18 y 68 años, donde más de las dos terceras partes de los encuestados (67%) tienen menos de 30 años, Siendo este el mayor grupo etario de nuestra muestra, encontramos un grupo bastante

joven, representativo de la demografía limeña. En cuanto al nivel educativo de los encuestados, el 41% de ellos afirmaba tener un nivel educativo universitario/superior; asimismo, casi un 31% afirmaba poseer un nivel técnico y el 28% restante solo poseían un nivel de educación de secundaria o menor.

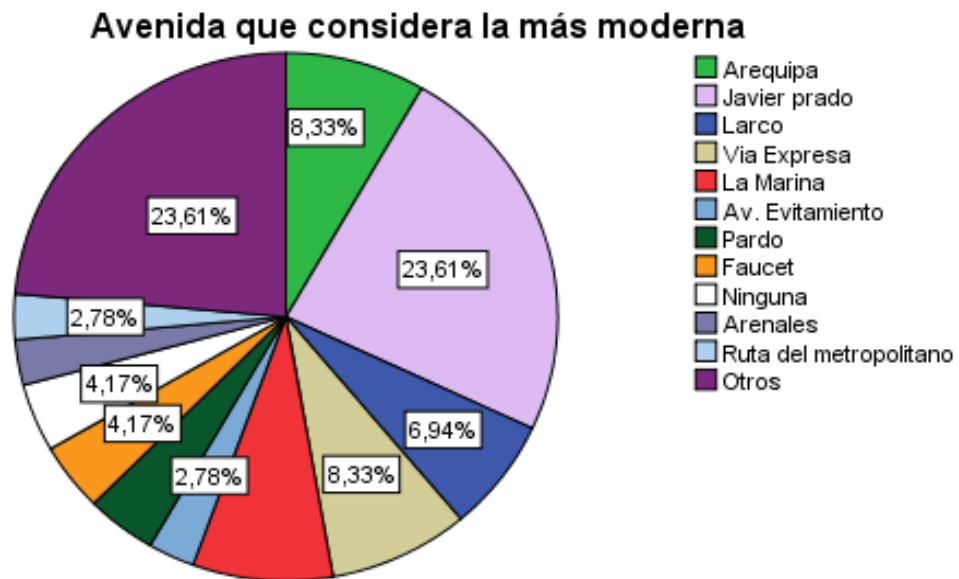
Finalmente, una última característica fue la frecuencia del tránsito en las avenidas seleccionadas para reconocer el tipo de uso que los encuestados asignaban a la avenida. La mayoría de los transeúntes entrevistados (39,7%) usan la avenida entre 4 y 5 veces por semana, de lunes a viernes. Además, un 36% de los encuestados usa la avenida los fines de semana, y tan solo el 25% de ellos la transita menos de 3 veces por semana. La coincidencia con los días laborales, nos lleva a inferir que la avenida se utiliza mayormente para ir trabajar. En todo caso, podemos anotar que la mayoría de recorridos se repiten de manera cotidiana, no son hechos eventuales, sino que el uso de las avenidas es una constante que construye una familiaridad entre transeúnte y avenida; por lo tanto, los transeúnte no son ajenos al trayecto ni a los lugares que circulan.

4.1 Percepciones de las avenidas de Lima

Frente a nuestra primera pregunta, dado que el concepto de modernidad es utilizado coloquialmente por los transeúntes, no tiene un significado concreto

para estos; decidimos buscar los referentes de aquello que entienden como modernidad presente en las avenidas. Para ello, le preguntamos a nuestros encuestados qué avenidas consideraban los principales **referentes de modernidad** en Lima.

Encontramos que un 23,6% de personas consideraba a la Av. Javier Prado como la avenida más moderna de Lima. Otras menciones importante fueron las Av. La Marina, Arequipa y la Vía Expresa (las tres con 8%); y la Av. Larco (7%). Estos porcentajes se explican por qué el 37% de resultados comprendía más de 30 avenidas diferentes, pero con muy baja frecuencia. Lo que nos indicaría que la imagen de modernidad de Lima no se limita a estas avenidas únicamente.



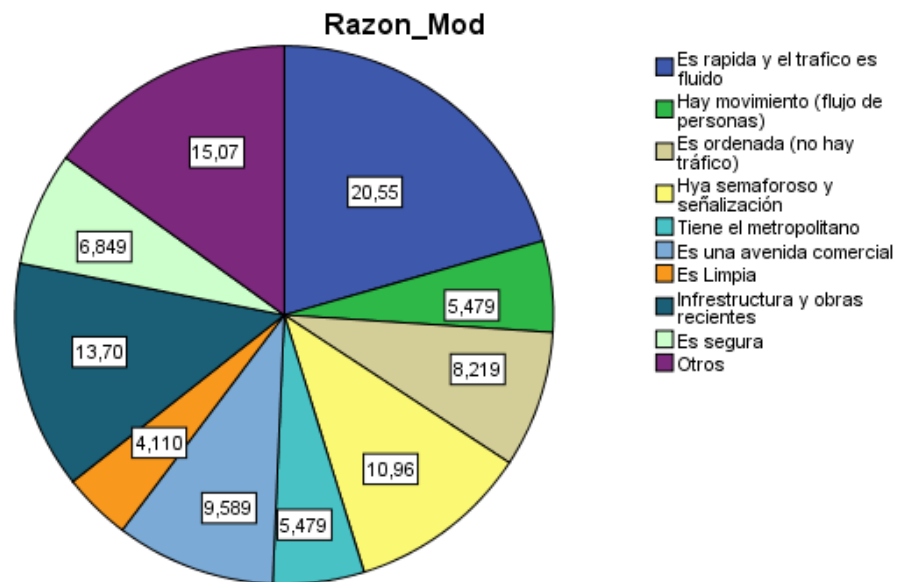
Lla avenida Javier Prado, no solo es una de las avenidas más grandes de la ciudad con sus 101 cuadras, sino que también aparece como un referente claro de aquello que se espera que sea una avenida moderna en Lima⁷⁰. Sin embargo, la multiplicidad de resultados en esta categoría también revela que no existe un consenso similar sobre alguna otra avenida. Podemos pensar entonces en las coincidencias entre las avenidas que si aparecen como referentes de modernidad: la Av. Javier Prado y la Av. Arequipa son bastante importantes para el tránsito de la ciudad, ambas son avenidas con solo dos carriles, que encausan el tránsito en la mayoría del tramo, con una berma central arborizada y combinan una arquitectura de casonas antiguas, actividad comercial y edificios modernos.

En primer lugar, la av. Javier Prado atraviesa el centro financiero de San Isidro y en continuum con la Av. La Marina forman el principal corredor vial en dirección Este/ Oeste de la ciudad y son parte de la principal vía de acceso al Callao, donde se concentra el movimiento portuario más importante del país y del Aeropuerto internacional Jorge Chávez. Mientras que la Av. Arequipa fue la primera gran avenida de la ciudad y parte del proyecto modernizador de los años 30, que une el centro de la ciudad con Miraflores y actualmente sigue siendo una de las avenidas más importantes de la ciudad⁷¹.

⁷⁰ Independientemente de donde se hicieron la encuesta la referencia a Javier Prado fueron relativamente constantes, esta avenida se caracteriza porque contiene en uno de sus ejes un gran paso a desnivel y uno de los más grandes centros comerciales de la ciudad.

⁷¹ Tras su remodelación y expansión la Av. fue inaugurada en 1921 por el presidente Leguía con el Nombre de Av. Leguía, que buscaba conectar el centro de la ciudad con el entonces balnearia de Miraflores. Será luego del golpe de estado se le cambia el nombre por Av. Arequipa.

Inmediatamente después, le preguntamos a los mismos transeúntes **sobre las razones por las que consideran a dichas avenidas como la más moderna de Lima**. Encontramos que los principales indicadores utilizados por ellos para señalar el grado de modernidad de las avenidas fueron: la rapidez y fluidez del tráfico (21%) y la presencia de nuevas obras de mejoramiento o mantenimiento de la avenida (14%). Ello nos conduce a identificarlos como los aspectos predominantes en la idea de modernidad que elaboran los transeúntes.



En otras palabras, una avenida moderna seria aquella al mismo tiempo concurre el flujo de personas, en la que se privilegia la circulación, se considera la rapidez y la fluidez como criterios funcionales de la avenida y aquella que se encuentra en una renovación constante: la existencia de construcciones privada

aparece como un indicador del continua modernización de la avenida y de la inversión privada en ella.

Existe entonces una contradicción evidente, de un lado los transeúntes señalaron que la Av. Javier Prado es una de las avenidas más modernas de Lima por el tránsito y la fluidez que la identifica como tal. Del otro lado, sin embargo, la velocidad promedio en la avenida es de 20 km por hora, según el informe Ministerio de Transporte y Comunicaciones⁷². Lo que ocurre es que dentro del horizonte de funcionalidad de la avenida, la percepción de fluidez no responde a una realidad concreta y objetiva de movilidad en la ciudad, por el contrario parece más bien que la encubre dentro de la lógica de flujos de la ciudad, la misma que se refuerza con los modernos equipamientos de la avenida: los altos edificios del centro financiero, los centros comerciales y la iluminación en la avenida.

La percepción de rapidez y la fluidez con la que los transeúntes identifican a las avenidas nos remiten a dos de las ideas que hemos visto anteriormente, de un lado que la modernidad no estaría en las ideas que motivan una acción simbólica como la que menciona Berman⁷³, sino en las obras mismas, pues estas se encuentran destinadas a solucionar problemas urbanos. Obras, como los

⁷² basado en el estudio del Plan Maestro de Lima y Callao de la JICA. Véase http://www.mtc.gob.pe/portal/transportes/caminos_ferro/Seminario%202010/EXPOSICIONES%20%20SEM INARIO%20DIA%20DE%20CAMINO%202010/7%20El%20Sistema%20de%20Transporte%20de%20Lima.pdf

⁷³ Véase capítulo anterior o la fuente directa en Berman (2006) Cap. V p.301

bypass, el tren eléctrico, el metropolitano, son más bien medidas para hacer más fluido el tránsito vehicular y alimentar el continuum del mismo. De esta manera las representaciones de modernidad en la avenida la configuran como un lugar de flujo predominantemente.

Ello no implica que se pierdan las avenidas como espacio, sino que en las percepciones de los transeúntes se reducen a su dimensión funcional, es decir, que la avenida moderna se presentaría, ante todo, como un artefacto para el desplazamiento, y por defecto, no como un destino, un nodo, ni un lugar para estar. La idea de la avenida moderna, en el imaginario limeño es el espacio de flujo por excelencia. Tal como habíamos visto, siguiendo a Taussig (1995) la ciudad no es algo que se contempla sino que se experimenta en su dimensión táctil, es decir, que es aprehendida en su uso cotidiano. Al pensar en el transeúnte y en sus formas de aprehender la ciudad, este flujo constante aparece como aquello que lo remite a la idea de lo moderno y se configura como la experiencia que caracteriza la modernidad para él, aunque como vimos en el caso de la Av. Javier Prado esta representación se sobrepone a las condiciones reales del tráfico en la avenida.

Ello no significa que las avenidas carezcan de rasgos de identidad, así como tampoco, que no exista una imagen de modernidad que alimente los imaginarios de los transeúntes, como la arquitectura moderna vertical, los centros

comerciales o la arborización. En este sentido, nos preguntamos por la valoración que se le asignarían a las imágenes de las avenidas como parte de la ciudad, con el fin de contrastar las impresiones anteriores, bajo el supuesto de la percepción de una estética urbana. Para ello le preguntamos a nuestros encuestados ¿Cuál era la **Avenida más bonita Lima?**

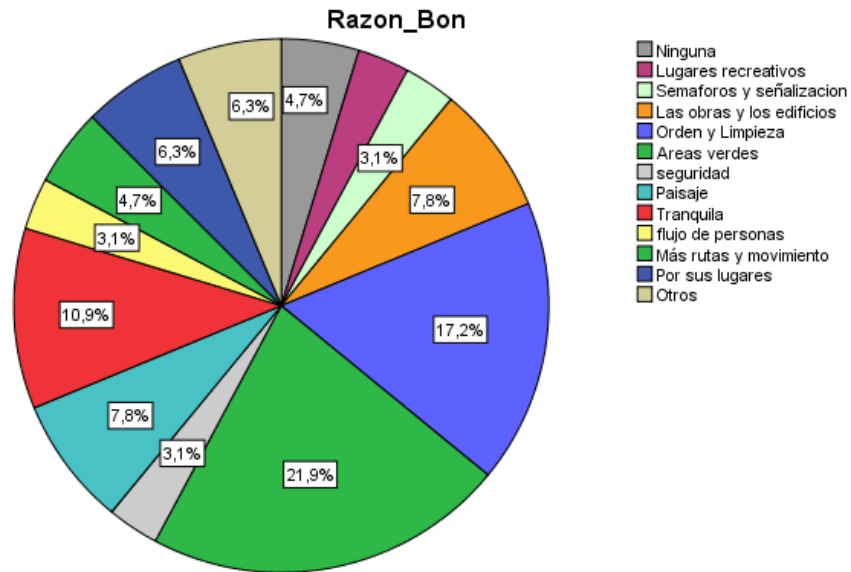


A diferencia de la pregunta sobre la modernidad obtuvimos resultados mucho más heterogéneos: la categoría de “otros” albergó más de 25 avenidas distintas agrupando el 28% de las respuestas. En estos resultados figuran en los primeros lugares las avenidas Arequipa (13,85%) y Javier Prado (11%)⁷⁴. La diferencia entre la frecuencia de estas avenidas frente al resto nos hace pensar en ambas como vías icónicas de Lima, que serían deseable y valoradas estéticamente. En cuanto al resto de avenidas, no hay un consenso o un referente

⁷⁴ Las respuestas en la avenida Próceres mayoritariamente evadieron la pregunta lo que explica el alto porcentaje de valores perdidos; por ellos hemos utilizado los valores validos al momento de presentar los resultados.

común entre ellas. Es importante anotar que en las respuestas de los transeúntes, las avenidas aparecen como un continuum, donde desaparecen las distinciones entre sus tramos y cómo estos pueden variar en cuanto al paisaje, infraestructura o jurisdicción distrital.

La presencia de los mismos resultados que en la variable anterior, nos lleva a preguntarnos **las razones por las cuales han considerado a una avenida como la más bonita**. El principal criterio estético del transeúnte son la áreas verdes (21%) así como el orden y limpieza de las avenidas (17%). Resulta importante considerar otros criterios como la seguridad o la tranquilidad dentro del flujo de vehículos y transeúntes, que influyen en la percepción estética de la avenida. Siguiendo el razonamiento anterior, podemos identificar los elementos que aparecen como indicadores de belleza en las avenidas. Es decir, aquellas avenidas con áreas verdes, ordenadas, limpias y tranquilas serían consideradas las más bellas.



A diferencia de lo que encontramos en la pregunta anterior, el paradigma de belleza no responde al carácter funcional de la avenida. Criterios como las áreas verdes, tranquilidad o la limpieza no afectan la movilidad en la avenida, pero la belleza puede representar lo deseado para la avenida dentro de un horizonte distinto al actual de modernidad en Lima. Lo que nos llama la atención es que en ambos casos las Av. Javier Prado y la Av. Arequipa aparecen ambas como referentes de modernidad y belleza. Estas avenidas se interceptan en un conjunto de ejes de gran densidad de tráfico vehicular, que se acerca al centro financiero de Lima en San Isidro. En ambos casos, las avenidas son bastante extensas, poseen múltiples carriles y en sus recorridos conectan diversas zonas económicamente activas de la ciudad como lo son Miraflores, San Isidro y el Centro de Lima, lo que las convierte en dos de las vías más importantes de la ciudad.

A pesar de la congestión y el caos vehicular de estas avenidas, especialmente en la Av. Javier Prado, ambas se identifican como bonitas en función a la presencia de áreas verdes, de centros comerciales y de construcciones residenciales. Pero estos elementos no responden a las mismas lógicas dentro de una dinámica de flujos: mientras que los centros comerciales se vuelven “lugares”, destinos de llegada, las áreas verdes no son lugares, sino elementos del ornato de las avenidas. Lo particular de ello es que mientras es posible identificar las zonas específicas de las avenidas, resulta bastante complicado hacer lo mismo con las áreas verdes debido a su distribución a lo largo de los trayectos.

No podemos pasar por alto el hecho de que existe una coincidencia entre las avenidas identificadas como las más “modernas” y las más “bonitas”. Los resultados nos llevan a pensar que existe un orden entre ellos, es decir, que la percepción de fluidez (que caracteriza a lo moderno) ya es un elemento que precede a la belleza de las avenidas. En otras palabras, que solo pueden ser reconocidas como bellas aquellas avenidas que se (re)conocen como modernas: avenidas más residenciales no aparecerán dentro de las representaciones porque no son recorridas (ni conocidas) por la misma cantidad de personas⁷⁵.

⁷⁵Las representaciones de las avenidas se producen en función a estos recorridos, no se trata de una condición total de las avenidas sino características de tramos particulares con los que se tiende a identificar a la avenida o en muchos casos a zonas determinados.

Criterios analíticos como estética, organización y modernidad resultan ajenos a las formas como los transeúntes entienden la ciudad, se trata de conceptos que buscan captar las representaciones que ellos elaboran. La coincidencia entre las avenidas como modernas y bonitas implica que los indicadores de los transeúntes, es decir, las formas en que ellos poseen de experimentar e interpretar la ciudad, son los mismos para ambos casos: las muchas veces imaginada fluidez del tránsito - tal es el caso de Javier Prado -, la construcción de modernos edificios y de nuevos centros comerciales, etc. Finalmente, serán estos los criterios que se situarán en el horizonte de lo que los transeúntes esperan de su ciudad.

4.2 Cinco avenidas de Lima

Luego de preguntarnos por las representaciones de modernidad y belleza de las avenidas en la ciudad, nos corresponde preguntarnos por las percepciones de las avenidas específicas que seleccionamos y comparar las distintas percepciones en cada una de ellas. Las cinco avenidas que seleccionamos corresponden a zonas con movimientos económicos relativamente distintos, asociadas a diferentes clases sociales y zonas geográficas de la ciudad.

Av. Javier Prado⁷⁶



La Av. **Javier Prado**, como ya hemos dichos, es una de la más grande de Lima, con 101 cuadras. Siendo uno de los principales corredores de la ciudad al

⁷⁶ Tomado de Google-maps <https://www.google.com.pe/maps?source=tldsi&hl=es>

conectarla de este a oeste, a la vez que atraviesa los distritos de Magdalena del Mar, San Isidro, Lince, La Victoria, San Borja, Surco, Ate y La Molina. Además concentra el movimiento económico de los centros bancarios en la zona de San Isidro y del centro comercial del Jockey Plaza.

La segunda avenida que consideramos fue Av. **La Marina**, que conecta la zona oeste de Lima, se trata de un importante corredor por ser una de las principales salidas del aeropuerto internacional Jorge Chávez y de entrada al Callao. Con alrededor de 45 cuadras, esta avenida cruza los distritos de Jesús María, San miguel y La Perla (Callao)⁷⁷. Escogimos esta avenida porque los distritos que cruza son en su mayoría de clase media y por la gran concentración de publicidad en ella debido a su carácter eminentemente comercial.

Av. La Marina⁷⁸

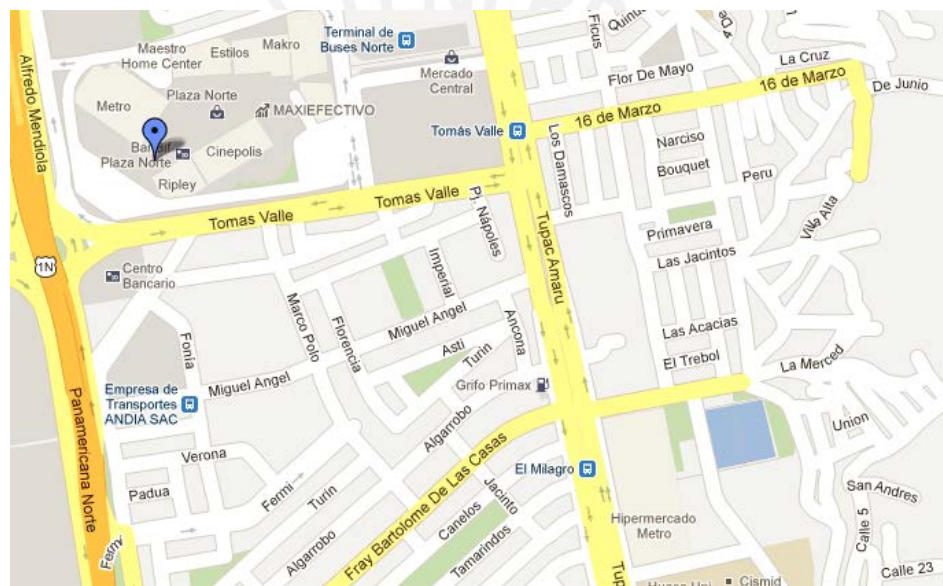


⁷⁷ Es importante anotar que el trabajo de campo se comprobó que hay una diferencia muy importante dependiendo de si se trata del Callao o de los otros distritos. Esto se evidencia en que la numeración de las cuadras no es coherente, en ambos extremo de la avenida empiezan o terminan con la cuadra 1 hasta la avenida Insurgentes que marca el límite entre en Lima y Callao.

⁷⁸ Tomado de Google-maps <https://www.google.com.pe/maps?source=tldsi&hl=es>

La tercera avenida que escogimos es la **Av. Tomas Valle**, que empieza en la Av. Panamericana Norte y también conecta con el aeropuerto, siendo uno de los principales corredores viales de Lima norte por su entrada directa a la Panamericana Norte y a las zonas industriales. La Av. Tomas Valle une los distritos del Callao, los Olivos e Independencia.

Av. La Tomas Valle⁷⁹

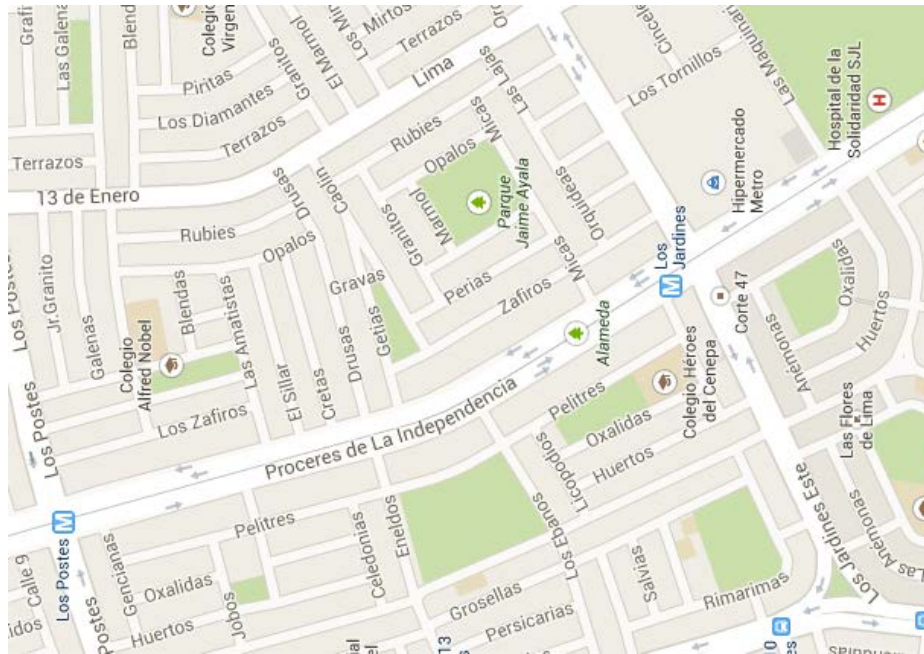


La siguiente avenida de la que nos ocupamos fue **la Av. Próceres de la Independencia** (Próceres en adelante) que es la principal vía de acceso y salida del centro de la ciudad en dirección a Lima Este; junto con la Av. Wiese forma un corredor continuo que conecta el distrito de San Juan de Lurigancho, el más poblado de Lima, con el centro de la ciudad y conformado por una población de

⁷⁹ Tomado de Google-maps <https://www.google.com.pe/maps?source=tldsi&hl=es>

menores ingresos que algunos de los distritos de clase media que atrevían el resto de las avenidas.

Av. Próceres de la Independencia⁸⁰

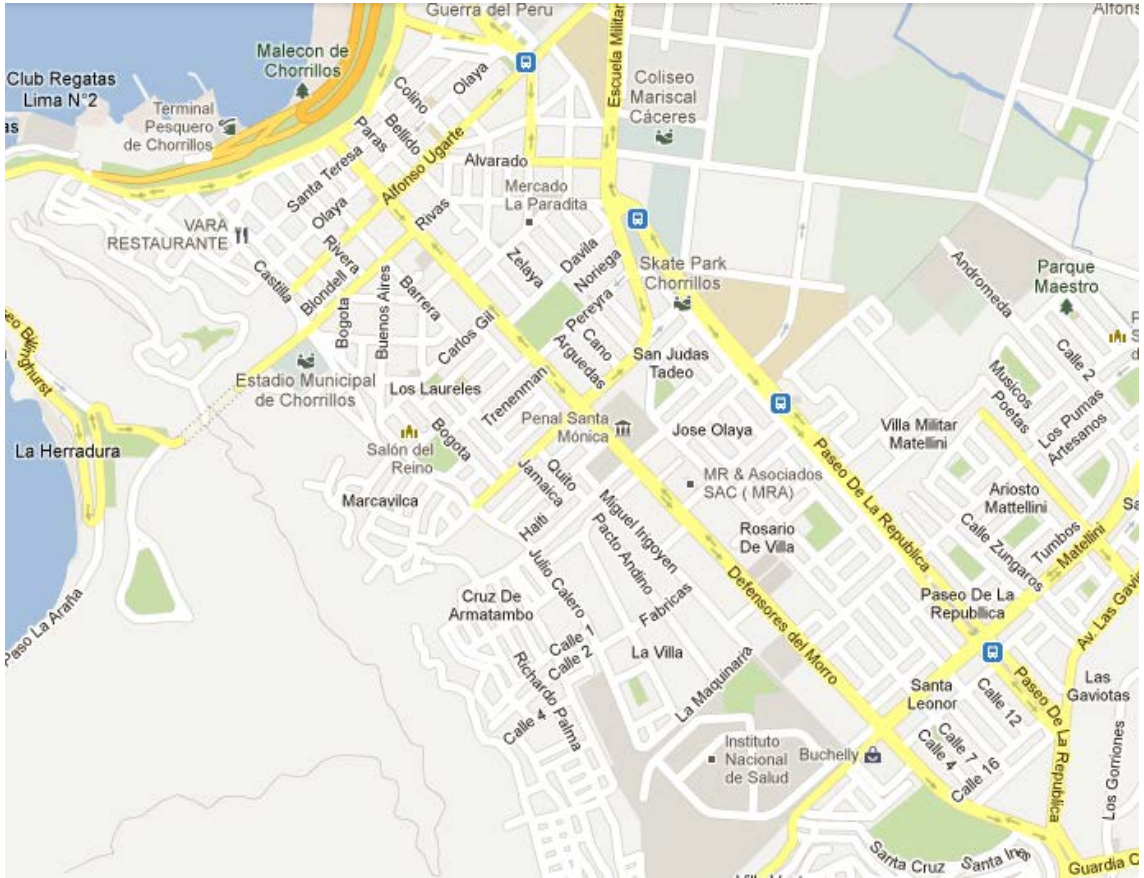


Finalmente, la última avenida de la que nos ocupamos, fue la Av. de Los Defensores del Morro, mejor conocida por su nombre anterior como la **Av. Huaylas**⁸¹, que es uno de los principales corredores en dirección al cono sur de Lima y atraviesa todo el distrito de Chorrillos y permite conectar los distritos del sur como Villa el Salvador o Villa María del Triunfo.

⁸⁰ Tomado de Google-maps <https://www.google.com.pe/maps?source=tldsi&hl=es>

⁸¹ En adelante nos referiremos a ella como Avenida Huaylas porque era así como la llamaban los transeúntes.

Av. Defensores del Morro⁸²



Siguiendo con lo que habíamos planteado inicialmente, lo primero que buscamos fue conocer las representaciones de las avenidas seleccionadas elaboradas por los transeúntes. Para ello, empezamos con un ejercicio de libre asociación: Le preguntamos a los transeúntes sobre **lo primero que piensan con respecto a las avenidas** en cuestión. Encontramos que en todas las avenidas el *tráfico* y la urgencia de los transeúntes por abordar el transporte público aparecen como los principales elementos asociados a las avenidas. La única excepción al respecto fue en la Av. Próceres debido a las inmensas obras del tren eléctrico (y

⁸² Tomado de Google-maps <https://www.google.com.pe/maps?source=tldsi&hl=es>

sus consecuencias en toda la avenida) aparece como el principal elemento en ella.

	Lo primero que piensa cuando piensa en la avenida			
	Tráfico	"Tomar mi carro"	Otros	Todas las demás
Javier Prado	53%	20%	7% (tiempo perdido)	27%
La Marina	21%	21%	7% (centros comerciales)	51%
Tomas Valle	29%	14%	14% (camiones de carga)	57%
Próceres	40%	0%	60% (obras del tren eléctrico)	0%
Huaylas	47%	20%	7% (es peligroso)	43%

El transporte es percibido como uno de los principales problemas de la ciudad y los datos que hemos recogido solo dan cuenta de ello. Lo primero que debemos resaltar aquí, es que se trató de un ejercicio de libre asociación y lo primero que se asocia con la avenida son sus problemas como el tráfico y otras menciones importantes: la peligrosidad, el desorden y la suciedad. Llama la atención que la avenida casi no se vincule con ningún lugar o espacio, salvo algunas menciones a centros comerciales como hitos del recorrido.

Asimismo, en una ciudad de intensa actividad como Lima, la pérdida del tiempo aparece completamente minimizada como una de las consecuencias no deseadas para los transeúntes. Sin embargo, una de las respuestas más comunes fue « *[pienso] en tomar mi carro* », en la línea de lo que señalamos anteriormente, la avenida no solo se reduce a su dimensión funcional como espacio de flujo, sino

lo problemático de ello, es que lo primero que asocian los transeúntes cuando piensan en las avenidas es en irse de ellas.

Esto nos devuelve a lo que planteamos anteriormente sobre la construcción de la idea modernidad en las avenidas. Frente a la problemática de la congestión vehicular, habíamos encontramos que la fluidez del tráfico en las avenidas se constituye como el principal indicador de modernidad en ellas. Esto implicaría que la relación entre los transeúntes y la avenida se teje a nivel funcional, porque las representaciones de las expectativas y la problemática de la avenida se construyen en base al uso que le dan a esta. Sin embargo, esto no quiere decir que el problema del tráfico desaparezca, sino que es justamente frente a la ausencia de un orden y una fluidez vehicular, estos elementos funcionales se configuran como el mayor problema de una avenida moderna.

Frente a ello nos preguntamos ¿Qué se valora en las avenidas? Una segunda variable que consideramos en este sentido fue sobre los elementos que se valoraban más de la avenida. Le preguntamos a los transeúntes qué era lo que más les **gusta** de la avenida. Encontramos resultados distintos en cada caso: en la Av. La Marina lo que más le gusta a la gente son las tiendas (26,7%) y la movilidad y acceso de la avenida (20%). En cambio, en la Av. Javier Prado las personas señalaron los edificios (20%) y nuevamente a las tiendas (13,3%). En el caso de la Av. Tomas Valle, la movilidad y el acceso (35,7%) aparecen como el

principal atractivo de la avenida, así como, el bypass del cruce con Av. Túpac Amaru (14%), que nos remite nuevamente a la idea de movilidad. Mientras que en la Av. Huaylas lo que más les gustan son las Áreas verdes (20%). Sin embargo, en la Av. Próceres, la mayoría (47%) señaló que no les gustaba nada de la avenida, en gran parte influenciados por las obras del tren eléctrico que se llevaban a cabo. Finalmente, es importante indicar que en las avenidas, los transeúntes, no sin antes pensárselo, respondieron que no les gustaba ninguna elemento de ella, en especial en los caso de la Av. Javier Prado y Próceres, donde el 26% de los encuestados afirmó que no les gustaba nada de la avenida, es de suponerse debido a la particular vivencia del tránsito desordenado en ella.

(L) Lo que más le gusta de la avenida	
Javier Prado	20% Los edificios
	13% Las tiendas
	07% Áreas verdes
La Marina	30% Las tiendas
	23% Movilidad y acceso
	15% Áreas verdes
Tomas Valle	35% Movilidad y acceso
	14% El bypass
	07% Áreas verdes
Proceres	46% Nada de la avenida
	20% Movilidad y acceso
	20% Áreas verdes
Huaylas	20% Las tiendas
	20% Áreas verdes

En conjunto podemos corroborar lo que mencionamos anteriormente, que los transeúntes gustan de las áreas verdes y los centros comerciales como elementos de las avenidas. Sin llegar a consolidar una “estética” entre lo verde y lo comercial, podemos pensar que estos son elementos que las personas asimilan como parte del ornato establecido del espacio público. De un lado, las áreas verdes siempre han aparecido como parte del ornato, pero conforme evolucionó la ciudad, se empezó a priorizar la necesidad de movilidad y acceso de las avenidas, minimizando la necesidad de áreas verdes.

De otro lado, sin embargo, los centros comerciales y los grandes edificios no solo forman parte del espacio sino aquello que Lynch (2000) llama la *imagen pública de la ciudad* pero son claramente elementos del sector privado. Lo interesante es notar cómo estos elementos no solo aparecen como llamativos, sino que se vuelven representativos de las avenidas, es decir, que no solo permiten a las personas identificarlas, sino que a la inversa, identifican lo público en función a lo privado.

Luego, buscamos conocer aquel elemento que caracteriza a la avenida; para ello le preguntamos a los transeúntes: ¿cuál era el elemento más **representativo** de la avenida? Encontramos que en avenidas como La Marina o Huaylas, los centros comerciales son elementos bastante representativos. Sin embargo, en el resto de casos existen otras grandes estructuras de gran magnitud

y carga simbólica para cada avenida, como el edificio Westin en Av. Javier Prado o el Aeropuerto internacional Jorge Chávez en Av. Tomas Valle, incluso las obras del tren eléctrico en la Av. Próceres.

Lo más representativo de la Avenida	
Javier Prado	27% El Tráfico 27% Edificio Westin
La Marina	67% Plaza San miguel 07% Icpna
Tomas Valle	15% Aero puerto 15% Bypass 08% Hostales
Próceres	21% El Parque Huiracocha 07% Las obras del tren 50% Nada
Huaylas	28% Penal Santa Mónica 21% La municipalidad 21% Centros comerciales

¿Entonces qué es lo que representa positivamente a las principales avenidas de Lima para sus habitantes? En primer lugar, encontramos las estructuras comerciales, como los supermercados, los malls, los complejos comerciales y de servicios, como el Hotel Westin o el ICPNA, que involucran grandes y vistosos edificios modernos; en segundo lugar tenemos las obras de infraestructura como los bypass y las obras del tren eléctrico dirigidas a mejorar la movilidad en las avenidas; en tercer lugar, edificios como la Municipalidad, el Penal o el Parque Zonal que de alguna manera representan la presencia estatal. El tráfico, sin embargo aparece posicionado como un problema común a todas las avenidas.

En suma, parece que las avenidas se identifican por un conjunto de estructuras comerciales y de movilidad, que destacan el papel del sector inmobiliario en la construcción, no solo de las estructuras físicas, sino también de la identidad de la avenida misma. En cambio, edificios como la Municipalidad o el Penal resultan bastante escasos y poco representativos en el paisaje de la avenida, mientras que, en el caso de los soportes de movilidad como los puentes y los bypass, estos se insertan en la lógica de flujos y movilidad que se opone a la idea de lugares provistos de identidad.

En la misma línea que las variables anteriores, le preguntamos a los transeúntes por aquello que consideran **el principal problema** de la avenida. Con ello confirmamos que el principal problema para los transeúntes es el intenso tráfico, salvo en el caso de la Av. Próceres donde las obras del tren eléctrico conformaban la principal problemática, por los cambios en la infraestructura y la movilidad que involucraba. Además, encontramos que el resto de problemas identificados por los transeúntes incluían la señalización, la mejora de veredas y la construcción de puentes peatonales, elementos insertos de la lógica de movilidad de la avenida.

	El Principal Problema de la avenida			
	El Trafico	Semaforos y señalización	Otros	Todas las demás
Javier Prado	60%	20%	7% (Pocos puentes peatonales)	12%
La Marina	53%	7%	14% (Robos y pandillaje)	25%
Tomas Valle	29%	35%	14% (trafico de transporte pesado)	21%
Próceres	20%	13%	33% (Obras del tren electrico)	32%
Huaylas	67%	7%	14% (estado de las pistas)	15%

Ciertamente, la razón de ser y la función principal de las avenidas es mejorar la movilidad y el acceso en la ciudad y al mismo tiempo conectar distintos puntos en su recorrido. Aquello que es identificado como el principal problema de la avenida es nuevamente el del tráfico vehicular, es decir que este no fluye por un número de suficientes de vías, pero tampoco de manera ordena. En esta línea, otra forma de preguntar por las representaciones de las avenidas, era profundizar en las carencias y expectativas sobre ellas, preguntando a los transeúntes **qué cambiarían del paisaje de la avenida**. Confirmamos que las áreas verdes son la principal demanda de los transeúntes, acompañada de otros aspectos importantes como la necesidad de mejorar las pistas y la señalización.

Lo que cambiarían del paisaje				
	Más Áreas Verdes	Mejorar las pistas	Mejorar la limpieza	Otros
Javier Prado	20%	13%	7%	33% No lo saben
La Marina	40%	20%	7%	13% Mejorar las fachadas
Tomas Valle	36%	21%	7%	14% Más tiendas
Próceres	67%	0%	7%	13% Más señalización
Huaylas	36%	21%	7%	21% Más señalización

Antes que reducirlo a un carácter estético de la avenida, lo que nos interesa es el tipo de valoración que se le otorga a la avenida o alguna parte de ella, en la medida en que los transeúntes se sentirán más a gusto e identificados con estos elementos. De esta manera, si leemos los resultados como carencias vemos que existe un gran déficit de áreas verdes. Esto lo señala Ludeña (2010) para una población de Lima de 28,5 millones de habitantes y un área de 864 km², Lima cuenta apenas con 2,386 hectáreas de áreas verdes, casi la misma cantidad que había sido propuesta para la ciudad en 1940. Lo verde aparece como lo estético, pero su ausencia solo evidencia lo que encontramos: que a pesar de ello el paisaje queda relegado como un problema de la avenida, dado que es un elemento funcional a ella, las avenidas no son para ver, para gustar o disfrutar, son para pasar.

Avenidas	Nota promedio en :				
	Orden	Limpieza	Iluminación	Belleza	Regulación de la Publicidad
Javier Prado	10.47	12.60	16.15	14.07	12.87
La Marina	12.93	12.67	14.64	14.07	12.50
Tomas Valle	13.00	10.43	13.79	11.21	12.08
Proceres	11.00	10.33	14.00	9.60	9.64
Huaylas	13.93	14.67	15.40	14.07	12.40

Otro camino complementario para profundizar en las representaciones de las avenidas, fue mediante el uso de determinados criterios específicos sobre los cuales los transeúntes pudieran calificar a las avenidas; de esta manera, los resultados nos remiten directamente a las percepciones que tienen sobre cada aspecto de las avenidas. La Av. Javier Prado aparece simultáneamente como una avenida predominantemente bonita e iluminada; Av. La Marina obtuvo valoraciones similares, pero parece incluso más ordenada que la Av. Javier Prado. La Av. Tomas Valle, en cambio no presenta ninguna diferencia resaltante, por el contrario, tiene una puntuación bastante baja en lo que es limpieza y belleza. En cambio, la Av. Huaylas ha obtenido los puntajes más altos en los criterios de limpieza iluminación y orden.

4.3 Percepciones de la Publicidad en las avenidas.

En la última parte del sondeo, luego de haber dado algunas luces sobre las representaciones de las avenidas que escogimos, nos preguntamos por el papel o por lo menos, el lugar que desempeña la publicidad en la elaboración de estas

representaciones. Lo primero por lo que preguntamos fue sobre **¿qué pensaban de la publicidad en cada avenida?** Lo que encontramos fueron valoraciones bastante diferentes, de un lado en las avenidas Javier Prado y Tomas Valle la publicidad ha obtenido bastante aceptación entre sus habitantes. Del otro lado, en las avenidas La Marina y Próceres existe opiniones más disonantes al respecto, consideran que la publicidad es excesiva y distrae a los conductores y qué podría estar en mejor estado y en una mejor ubicación. Es importante anotar que estas valoraciones también dependen del tipo y cantidad de estructuras publicitarias en cada avenida; lo que a su vez, depende de la regulación municipal y de los criterios de las empresas que instalan dichos artefactos.

Lo que piensa sobre la Publicidad exterior en la avenida					
	Tapa la visión	Hay mucha	Distrae	Esta Bien	Otros
Javier Prado	25%	23%	8%	33%	8% Es poca
La Marina	8%	31%	31%	15%	8% Se ve feo
Tomas Valle	8%	0%	0%	54%	15% Ayuda al comercio
Proceres	23%	8%	15%	0%	23% Deberia esta más cuidada y ordena
Huaylas	0%	20%	0%	20%	33% Deberia esta más cuidada y ordena

Finalmente, en la última sección nos preguntamos cómo es percibida la publicidad en las avenidas, nuestro objetivo con ello era conocer las actitudes de las personas frente a la publicidad exterior para contrastarlas con resultados anteriores. Una segunda pregunta en esta línea fue: sí las personas gustaban de la publicidad en las avenidas.

Le gusta la publicidad en la avenida					
	Javier Prado	La Marina	Tomas Valle	Próceres	Huaylas
Si	54%	69%	46%	46%	31%
No	46%	31%	54%	53%	69%

Encontramos que no había una tendencia al respecto, en la mayoría de los casos, los resultados eran bastante parejos bordeando el 50% para cada postura, salvo en los casos de las Av. La Marina y Huaylas. En ellas, las posturas resultaban inversas: en la Av. Huaylas la cantidad de carteles era mucho menor a pesar de que existen centros comerciales en esta avenida, Av. Huaylas compete con la Av. Matellini, donde se encuentra *Lima Plaza Sur* como el principal complejo comercial de la zona. En cambio, La Marina es una avenida que claramente se identifica por la presencia de Plaza San Miguel como el complejo comercial alrededor del cual se distribuye las estructuras publicitarias de la avenida, pero a diferencia de la Av. Huaylas estas son bastante elaboradas, grandes carteles con luces y algunos de ellos con imágenes en movimiento.

Una tercera pregunta es sí la publicidad era percibida como algún tipo de molestia, ya sea para ellos mismos o para el resto. De un lado, al preguntarles si la publicidad molestaba a las demás personas, las respuestas no marcaron ninguna tendencia considerable, salvo en el caso de la Av. Tomas Valle, donde la mayoría de transeúntes afirmó que la publicidad no molestaba a los demás. Sin embargo, cuando variamos la pregunta sobre si la publicidad los fastidiaba a los

encuestados directamente, los resultados variaron considerablemente, desde sus experiencia, las personas no perciben a la publicidad como algo que las afecte directamente, salvo en la Av. Huaylas, donde las personas pensaban que la publicidad era mucha (20%) y que debería estar más cuidada y ordenada (33%)

La publicidad molesta a los demas					
	Javier Prado	La Marina	Tomas Valle	Próceres	Huaylas
Si	50%	43%	29%	50%	43%
No	50%	57%	71%	50%	57%
La publicidad lo fositidia					
	Javier Prado	La Marina	Tomas Valle	Próceres	Huaylas
Si	31%	38%	23%	46%	62%
No	69%	62%	77%	54%	38%

Finalmente, la última pregunta que le hicimos a los transeúntes era sobre la relación entre la imagen de la avenida y la publicidad. Al preguntarles sí la publicidad resultaba como ayuda al paisaje de las avenidas, encontramos que en ninguna avenida la publicidad era vista como algo favorable estéticamente. En la Av. Javier Prado fue donde con mayor frecuencia se consideró que la publicidad sería algo favorable para las avenidas. Esta es una de las avenidas más largas y que contiene las estructuras publicitarias más modernas, grandes y vistosas, a diferencia de la Av. La Marina estas no se aglomeran alrededor de un único complejo comercial, sino que se distribuyen en toda la avenida.

La publicidad ayuda al paisaje					
	Javier Prado	La Marina	Tomas Valle	Próceres	Huaylas
Si	50%	36%	43%	14%	0%
No	50%	64%	57%	86%	100%

Luego de revisar de manera vertical los datos, nos corresponde leer las hipótesis que nos planteamos inicialmente como proyecto de investigación a la luz de nuestros resultados, a fin de validarlos o no. Inicialmente, nos preguntamos si **¿La publicidad exterior en las avenidas determina la creación de los imaginarios de modernidad en la ciudad?** Planteamos que esto era cierto y el imaginario que se elaboraba de modernidad albergaba una ambigüedad entre el paisaje caótico de los anuncios publicitarios y los referentes de desarrollo urbano debido al incremento de la actividad económica.

Lo que encontramos resultó bastante diferente; de un lado, la publicidad no es un referente de lo que las personas entienden por modernidad en las avenidas, sino, que los principales referentes de modernidad son las estructuras comerciales y de movilidad. Si bien, una avenida llena de luces y publicidad podría parecer inevitablemente moderna, siguiendo el estilo de las ciudades como Tokyo o Nueva York, lo que se impone en Lima, no son estas nuevas estructuras destinadas a atraer la atención y estimular el consumo, sino los flujos en la avenida: el tránsito fluido de los pasajeros, lo cual convertiría al tráfico ya no solo en uno de los

principales problemas de la ciudad, sino en el principal obstáculo para la modernidad en ella.

De otro lado, aunque podamos pensar que la publicidad representa una suerte de homogenización abstracta de la ciudad, lo que encontramos es que la publicidad se entiende más como un elemento distractor de los conductores, que puede causar accidentes o como un elemento que rompe con el paisaje urbano porque « *tapa, en vez de plantar esos deberían plantar más árboles* ». Aunque, en ocasiones las personas consideran que desfavorece el paisaje de la avenida, también es considerado un contraste con el gris de la ciudad porque « *Le da más vida a la avenida* ». Ello no significa que otras estructuras como los grandes complejos comerciales o los nuevos imponentes edificios como el Westin, no sean representativos de la modernidad, por el contrario, como vimos estos se vuelven los focos más representativos de las avenidas. Al preguntar por la publicidad en la modernidad y viceversa la modernidad en la publicidad, no se halla tal relación de la forma que habíamos planteado, sino que se develan una característica distinta: al ser la movilidad el elemento dominante es posible leer la infraestructura urbana que permite y facilita los flujos como los símbolos de una modernidad en las avenidas, que es experimentada en los recorridos antes que vista en las calles.

Todo ello, también nos lleva a pensar que nuestras sub hipótesis podrían no ser ciertas. De un lado, plantearnos que la publicidad exterior actuaría como un referente de crecimiento económico y desarrollo urbano. Ello a su vez, nos llevó a

asumir dos supuestos, primero que la publicidad exterior **crea una imagen general de limpieza, iluminación y seguridad; segundo que las imágenes publicitarias remiten directamente al consumo como actividad económica.** Sin embargo, como vimos la publicidad exterior no es el referente directo del crecimiento de la ciudad y el consumo, como los centros comerciales o las nuevas infraestructuras de transporte: los trenes o el metropolitano que muchas veces llevan a un mantenimiento y mejora inmediata de las condiciones físicas de la avenida (pistas, veredas, señalización etc.). Si bien existe una imagen de limpieza, iluminación y seguridad en las avenidas, esta no se podría limitar a la publicidad exterior.

De otro lado, partimos del supuesto que la publicidad producía una sensación de desorden debido a la disonancia entre los carteles y la imagen de la ciudad, que se expresa en un desagrado por la imagen de la ciudad como resultado de esta combinación. Asumimos que la forma en que se posiciona la publicidad exterior en las avenidas refuerza, una percepción fragmentada de la ciudad, por la disonancia entre los anuncios, las luces, los edificios, las calles etc. y al mismo tiempo ello es una consecuencia que se entiende, o se acepta en el ideal de progreso que representa la publicidad.

Sin embargo, encontramos algo bastante distinto, dado que la percepción de la avenida, no solo es visual sino tal como lo hemos definido como “táctil”, en

otras palabras, que la experiencia de la avenida no se limita a lo que se ve, a la imagen o el paisaje urbano, sino que se produce en las prácticas cotidianas, lo mismo ocurre con la percepción de fragmentación de la ciudad. No por ello es posible asumir que la publicidad estaría reforzando una percepción fragmentada del paisaje de la ciudad, más bien, lo que estaría haciendo es concentrarse en las inmediaciones de los complejos comerciales, reforzando su presencia en medio de los lugares de tránsito.

Finalmente, concluimos que no es acertado lo que planteamos inicialmente: que los imaginarios de modernidad de Lima se crean en función a la publicidad exterior en las avenidas, como parte de los nuevos equipamientos de las metrópolis contemporáneas. Ello se debe a que las representaciones de las avenidas, que alimentan el imaginario de modernidad en la ciudad, no se elaboran únicamente sobre el paisaje de la avenida, sino principalmente sobre la experiencia de transitar por espacios que van perdiendo su carácter de *lugar*, es decir como espacios desprovistos de identidad. Dentro del paisaje, por el contrario son los grandes edificios y los centros comerciales que se van volviendo más representativos de las avenidas.

De manera simultánea parece que la funcionalidad de la avenida, los flujos constantes en ella, se vuelve la experiencia predominante de modernidad incluso parece identificarse como parte del carácter estético de la avenida, lo que

explicaría porque las avenidas consideradas más bonitas son aquellas que se identifican como más modernas, y porque en ambos rankings uno de los criterios predominantes fue la movilidad y la fluidez. Lo que ocurre con la publicidad es que esta termina reforzando la presencia de los focos comerciales en las avenidas, funcionando como marcas de lugar en las representaciones de los habitantes cuando están asociadas a lugares concretos, actuando como elementos fijos a las avenidas cuyos contenidos también son fluctuantes.

Si la modernidad no se construye de la publicidad exterior, sino en base a la movilidad y la fluidez de las avenidas y las estructuras comerciales, vale la pena preguntarnos sobre el horizonte de ciudad que construyen sus habitantes. La funcionalidad de la avenida y la prevalencia de los centros de consumo y producción, que centran el horizonte de la ciudad moderna en la modernización de la misma.

Este horizonte de modernidad se sobrepone a la construcción social del espacio público, donde este aparece como algo ajeno a los individuos en la medida en que no se configura como “lugar” de historia o identidad para ellos, o como un lugar valorado, o con el cual puedan identificarse, por el contrario, el espacio público en esta visión de modernidad es simplemente el medio más eficiente para llegar a otros destinos, pero no a la ciudad misma. Lo que genera que la ciudad, en específico la dimensión pública de las avenidas, aparezca como algo ajeno

para los ciudadanos. Lo que parece develarse entonces es que en la representación de dichos espacios de la ciudad, estos son públicos no porque son de todos los ciudadanos, sino por el contrario porque no es de nadie.



Conclusiones

A modo de conclusión, nos proponemos desarrollar algunas ideas que se desprenden del trabajo de campo, que si bien escapan a nuestras hipótesis iniciales sobre la publicidad, buscan dar respuesta tentativas a cuestiones de fondo planteadas en la tesis sobre cómo se (re)construye Lima para sus habitantes. La primera idea, es que las representaciones de las avenidas no se elaboran alrededor de la imagen de la ciudad, sino en base a los usos y las experiencias del espacio urbano; y una segunda idea es que los imaginarios urbanos han operado históricamente tal como la han hecho las utopías.

Al preguntarnos por los imaginarios de Lima, como resultado de las representaciones que los habitantes producían de su ciudad, tomamos como punto de partida que estas representaciones se alimentarían de la imagen de la ciudad producida en la interacción entre los transeúntes y su ciudad. Para estudiar el imaginario actual de Lima, como metrópolis moderna, planteamos inicialmente que la publicidad actuaría como uno de los principales referentes de aquello que los transeúntes entienden como modernidad en la ciudad. Lo que encontramos, sin embargo, es que no son las estructuras publicitarias las que determinan los imaginarios de modernidad: las representaciones de Lima no se limitan a la imagen de la ciudad, sino que se ordenan principalmente en función a las formas de usarla y experimentarla.

Ello significaría que, el paisaje no es un elemento predominante en la valoración de las avenidas, no hay algo parecido a una necesidad estética que empalme con el funcionamiento de la avenida, con ello nos referimos a que hay una reducción funcional de la avenida. Ciertamente, las avenidas son espacios públicos y también de flujos, lo nuevo de esto, parece ser, que en las representaciones de los transeúntes aparecen solo como corredores viales que conectan lugares determinados, dejando de lado aspectos como: la Imagen, el orden, la limpieza, etc.

Las avenidas aparezcan principalmente, como espacios pensados para la movilidad, para conectar y facilitar el acceso a la ciudad. Incluso, podría pensarse en ellos como, lo que M. Agüé (1994) llama “no lugares”, en tanto que la mayoría de las representaciones de la avenida, apuntan a un espacio desprovisto de una identidad e historia, tal como señalaron dos de nuestros entrevistados con respecto a los cambios al paisaje de las avenidas:

« Las pistas, los parques... todo es tan opaco, tan aburrido »

« Es que casi no hay nada de paisaje »

En ambos casos, el espacio desaparece, se vuelve aburrido: no hay nada interesante en él, porque para los transeúntes no hay paisaje. Sin embargo, antes que entender a las avenidas como “no lugares”, habrá más bien que preguntarse

¿Cómo se construye las identidades de las avenidas en Lima actualmente? Hasta donde hemos podido investigar son dos los elementos más representativos de una avenida los más valorados por los transeúntes.

De un lado, encontramos las grandes estructuras como los bypass, los centros comerciales, incluso las grandes torres corporativas. Si bien, no son estructuras particulares de las avenidas entre sí, porque la mayoría de ella tiene casi los mismos equipamientos, en mayor o menor medida, estos si resultan, en sus consecuencias, elementos particulares en cada avenida⁸³. Estos equipamientos conforman una imagen en conjunto, donde se vuelven destinos de los flujos de las avenidas. Estos no son elementos neutros, estas estructuras comerciales tienen una fuerte carga simbólica para la ciudad como símbolos de crecimientos económicos, modernización y consumo, convirtiéndolo en lo representativo del espacio público.

De otro lado, el flujo o en todo caso, el tráfico en las avenidas aparecen respectivamente como aquello que los habitantes prefieren de ella y como su principal problema. Para los transeúntes, la modernidad en las avenidas, como un horizonte se configuraría como la experiencia del flujo: el criterio para identificar a una avenida como moderna se ordena en clave de la fluidez del tráfico vial. Ello, no solo nos devuelve la mirada funcional de la avenida, sino que representa una

⁸³ En muchas avenidas de Lima hay un supermercado “Wong” pero en cada avenida suele haber solo un “Wong de Benavides” o “Wong de la Marina” etc, se hace equipamientos propias de las avenidas.

contradicción. Tal como vimos en el caso de Av. Javier Prado, la avenida es entendida como una de las más modernas de Lima debido a la fluidez del tránsito vehicular, aunque en la realidad sea una de las avenidas más congestionadas de Lima.

¿Cómo entendemos esta contradicción? No se trata solo de una dinámica de flujos, sino que es justamente frente a su contraste con la realidad, en su ausencia, imposibilidad, su negación y al mismo tiempo su reconocimiento como elemento de las ciudades modernas, que se volvería determinante del horizonte de modernidad. Este movimiento es el de las utopías urbanas: figuraciones que representa las carencias reales de las ciudades, este ha sido, el movimiento con el cual han aparecido los imaginarios en Lima: cubrir las carencias de la ciudad.

Tal como hemos visto, imaginarios de Lima, como la *ciudad jardín* que apareció como oposición al desierto, al crecimiento de la ciudad y las áreas verdes. Asimismo, la *Lima que se va* era el baluarte de las tradiciones en medio de los procesos de transformación acelerada de la ciudad. El imaginario actual de Lima como metrópoli moderna se acerca a la figura de “Las Limas”, como hemos visto inicialmente, a una ciudad policéntrica, donde no es una sino varias y la misma ciudad. Es válido entonces preguntarnos, qué es lo que se opone a la imagen de la ciudad articulada, igualitaria y con múltiples polos de desarrollo económico.

Podríamos pensar en lo que varios estudios señalan sobre un “poli centrismo centralizado” en el que los centros o ejes de la actividad económica concentran espacialmente grandes núcleos de actividad laboral en la organización de la ciudad⁸⁴, que sólo se relevan al estudiar la distribución espacial de la fuerza de trabajo; aunque ya no se encuentre en el centro histórico, esta concentración de centros económicos y financieros en la ciudad, coexiste con la idea de una metrópolis moderna y policéntrica.

Siguiendo, únicamente la forma como han operado los imaginarios en Lima, encontramos que estos permiten cohesionar representaciones disonantes de la ciudad. De esta manera, sí, la centralidad por la concentración de la fuerza de trabajo, la dispersión por la expansión urbana y el creciente continuum fragmentado en la percepción por el particular proceso de crecimiento de la ciudad, aparecen en un mismo imaginario urbano, que sin ser coherente consigo mismo, resulta funcional para los habitantes. Tal como dijimos en un principio, justamente los imaginarios urbanos son los procesos cognitivos que nos permiten organizar las distintas representaciones de la ciudad (Hiernaux, 2007).

Esta forma de operar de los imaginarios implicaría que existe un desfase entre la ciudad que se imagina y la que es. Este ha sido muchas veces el desfase

⁸⁴ Lugares como el centro financiero de San Isidro, el centro comercial e industrial de Gamarra u otros.

entre la ciudad en la que se piensa, se imagina y se planifica, y las transformaciones reales de la misma. Salvo algunas excepciones, la organización actual de la ciudad no es producto de un ningún plan en particular del Estado, por el contrario, la mayoría de las iniciativas públicas se han limitado a plantear soluciones parciales a los problemas que se derivan de las transformaciones urbanas desde hace más de 40 años.

En este sentido, no sorprende que frente al problema de la densidad del tráfico, la movilidad aparezca como un elemento clave en la percepción de la modernidad urbana: esta es una de las principales formas de experimentar y entender la ciudad, a partir de las cuales las personas configuran los imaginarios de su ciudad. Con el fin de hacer la ciudad más atractiva a los turistas y particularmente a la inversión privada se han puesto en marcha iniciativas como marca país o recientemente el intentar construir marca ciudad. Sin embargo, lo artificioso de estas iniciativas se evidencia en que no responden a una transformación de la ciudad, tal como lo señala Toni Puig sobre la marca ciudad en América latina:

“Es que creen que esto se soluciona con un logotipo y esto no es así. La experiencia de Barcelona es muy clara. [...] ha habido una gran transformación de las ciudades, con los ciudadanos. [...] Lima es una ciudad con una tremenda desigualdad. Con un desorden urbanístico monumental. Es una ciudad pensada para el coche. El centro no está

recuperado. [...] El casco histórico, ¿cuándo empezarán a remodelarlo, que es una vergüenza? Tendría que ser el corazón creativo y cultural de la ciudad. ¿Cuándo lo van a hacer? (Puig, 2013)⁸⁵

De un lado, este tipo de iniciativas por construir imaginarios en Lima sin transformaciones reales de fondo fracasan y, por el contrario, son las problemáticas de la ciudad como: la caótica situación del tráfico los aparecen en documentales o artículos internacionales⁸⁶. Del otro lado, el centro histórico de la ciudad, cumple una función particular dentro de las propuesta de revitalización de la ciudad, pero después de las transformaciones que efectuó Andrade de la Plaza de Armas, a mediados década de los noventa, no ha existido otra iniciativa concreta de esa magnitud dirigida específicamente a revalorizar el casco histórico de Lima, no solo como un atractivo turístico sino como un espacio público y de identidad para los habitantes de la ciudad.

El Imaginario actual de “Las Limas”, el cual desarrollamos en nuestro segundo capítulo, en cambio es una construcción desde el marketing que segmenta la ciudad según criterios de consumo. Si bien rompe con la idea despectiva de los “conos de lima” no genera necesariamente una identificación de los ciudadanos, en la medida que ellos no se han apropiado de este imaginario.

⁸⁵ Entrevista de Toni Puig en el El Comercio , Al respecto, véase la entrevista en : El Comercio 2 de marzo del 2013 o en <http://elcomercio.pe/actualidad/1544477/noticia-lima-le-quedan-tres-anos-empezar-cambiar> 1

⁸⁶ Al respecto véase el documental de Discovery Chanel “**Don’t drive here**” que salió en el 2013 disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=lhgQbH088po> o artículos como *Lima's failing transit system disponible en* :<http://gma.yahoo.com/photos/lima-s-chaotic-transit-system-poses-threat-slideshow/photo-taken-tuesday-sept-6-2011-commuters-metropolitano-photo-172226172.html>. Que representan las percepciones de la ciudad desde fuera de sí.

Por ello, a pesar que recogimos las representaciones de la ciudad en función de cada una de estas “Limas”, no apareció una referencia o una identificación ha dicho imaginario. Sin embargo, dentro del horizonte de modernidad que se elabora, avenidas icónicas como lo son la Av. Javier Prado o la Av. Arequipa, pertenecen justamente a lo que IPSOS llama la “Lima Moderna”. Restringiendo con ello la posibilidad de entender las Lima Norte, Este o Sur como espacios modernos, frente a la zona central de la ciudad.

Finalmente, todo indica que nos encontramos frente a una idea de modernidad, donde las avenidas como espacios públicos no son un lugar para estar o para contemplar, sino simplemente el medio para llegar a otro lugar: si en Lima lo que se valora nunca es la experiencia del viaje, sino el destino, lo que se pierde, al igual que con la publicidad, es justamente lo público del espacio urbano. No solo se trata del paisaje como algo estético, sino como un reflejo de la vida y el crecimiento de la ciudad: todos los procesos de construcción de la ciudad, tanto sus estructuras físicas como a nivel simbólico se han hecho de espaldas a sus habitantes. No es de extrañarse, entonces, que la ciudad se sienta como algo ajena para los ciudadanos que no logran identificarse ni apropiarse de ella, porque son finalmente las personas las que desaparecen en los nuevos imaginarios de una modernidad que no ha sido pensada para ellas.

Bibliografía

ALARCON, Daniel

2006 Ciudad de payasos en Guerra a la luz de las Velaz. Alfaguara. P.35-79

ARDÉOVOL, Elisenda & MUNTAÑOLA, Nora (coord.)

2007 Representaciones y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea. Barcelona: Editorial UOC.

ARELLANO, Rolando & BURGOS, David.

2004 Ciudad de los Reyes, de los Chávez, los Quispe. Empresa Periodística Nacional. Lima.

AUGÉ Marc

1993 Los no lugares: Espacios del anonimato. Gedisa. Barcelona.

ASCHER, Francois:

2007 Los nuevos principios del urbanismo, Madrid: Alianza Editorial, Capítulo 4 paginas 71 – 85

BÄHR, Jürgen y BORDORF, Axel

2005 La ciudad latinoamericana. La construcción de un modelo: Vigencia y perspectivas. Ur[b]es. Año II, número 2

BALBI, Carmen Rosa & BERNALES, Manuel

2012 Participación ciudadana las audiencias públicas del diario el comercio: Lima Metropolitana.

BECKER, Howard

2009 Trucos del oficio. Siglo veintiuno editores. Buenos Aires.

BENJAMIN, Walter

1973 La obra de arte en la era de la reproducción mecánica. ED Taurus. Madrid
Ed. Taurus Madrid
http://www.jacquesderrida.com.ar/restos/benjamin_arte.htm

1993 “Sobre algunos temas en Baudelaire” en Poesía y capitalismo; Iluminaciones II. Madrid: Taurus

BERMAN, Marshal

2011 Todo lo solido se desvanece en el aire: La experiencia de la modernidad. Siglo veintiuno editores. Mexico df.

BIELICH Salazar, Claudia

2008 ¿Prepotencia o necesidad? Prácticas de manejo de los choferes de transporte público en Lima. Tesis de licenciatura en Ciencias Sociales con mención en Sociología. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias Sociales

BREA, Jose Luis

2005 Estudios visuales, La epistemología de la visualidad en la era de la globalización. Akal Ediciones. Madrid

BROMLEY, Juan y BARBAGELATA, Jose:

1945 Evolución urbana de la ciudad de Lima, Lima: Publicación del Consejo Provincial de Lima.

BORJA, Jordi

2003 La ciudad conquistada. Alianza editorial. Madrid.

BUCK-MORSS, Susan

2005 Walter Benjamin, escritor revolucionario. Interzona Editorial. Buenos Aires.

CABRERA, Teresa,

2011 Las Limas (y los conos) en Lima, mala Lima. Disponible en línea en <http://limamalalima.wordpress.com/2011/08/04/las-limas-y-los-conos/>

CASTELLS, Manuel ed.

1995 La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional, Alianza Editorial, Madrid.

2006 La sociedad red: una visión global. Alianza editorial. Madrid.

- CERTEAU, Michel
1996 “La invención de lo cotidiano” Cap.7. Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia. México, D.F.
- CICCOLELLA, Pablo
Revisitando la metrópolis latinoamericana más allá de la globalización en
Revista Iberoamericana de Urbanismo nº8 • •
- CODELUPPI, Vanni
2007 “El papel social de la publicidad” en Pensar la Publicidad. Volumen 1, Número 1,
- DE MATTOS, Carlos
2006 Modernización capitalista y transformación metropolitana en América Latina: cinco tendencias constitutivas
2010 Globalización y metamorfosis metropolitana en América Latina. De la ciudad a lo urbano generalizado. En Documentos de Trabajo GEDEUR #8 Madrid.
- DELGADO, Manuel
1999 El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos. Anagrama. Barcelona.
- DORICH, Luis:
1996 Al rescate de Lima, la evolución de Lima y sus planes de desarrollo urbano. Colegio de arquitectos del Perú.
- EZRA PARK, Robert.
1999 “La ciudad: sugerencias para la investigación del comportamiento humano en el medio urbano” en la ciudad y otros ensayos de ecología urbana. Ediciones del Serbal. Barcelona.
- GÁLVEZ Barrenechea, José
1921 Una Lima que se va (Crónicas evocativas). Primera serie. Ciudad de los Reyes del Perú. Lima: Euforión
- GARCÍA CANCLINI, Néstor

1996 La ciudad de los viajeros: travesías e imaginarios urbanos: México, 1940-2000. México, D.F.:Grijalbo.

GOERELIK, Adrian

1996 Ciudad, Modernidad y modernización. Universidad Nacional de Quilmes, Argentina Versión Disponible en http://www.javeriana.edu.co/Facultades/C_Sociales/universitas/documents/1lomoderno.pdf

GOFFMAN, Erving

1963 Behavior in public places: notes on the social organization of gatherings. New York. The Free Press.

HABERMAS, Jürgen.

1989 El discurso filosófico de la modernidad. Argentina: Taurus

HERRERA, Rodrigo

2003, Las calles como espacios públicos. Univ. de Barcelona. Dpto. Antropología.

HIERNAUX, Daniel

2007 Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos en Eure: revista latinoamericana de estudios urbanos. Volumen33 numero99. Santiago. Pp.17-30
http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_serial&pid=02507161&lng=es&nr m=iso

Instituto Nacional Estadística e Informática (INEI).

2008 Perfil socio demográfico del Perú. Segunda Edición. Lima

IPSOS APOYO OPINION Y MERCADO

2011 Perfiles zonales de la Gran Lima 2011. Versión virtual en :
http://www.ipsos.pe/sites/default/files/marketing_data/MKT%20Data%20Perfiles%20Zonales%202011.pdf

JOSEPH, Isaac

1988 El transeúnte y el espacio urbano, ensayo sobre la dispersión del espacio público.Cap.3.Gedisa. Barcelona J

KLEIN, Naomi

2001 No Logo. Barcelona; Paidós

LINDÓN Alicia

2007 “La ciudad y la vida urbana a través de los imaginarios urbanos” en Eure: revista latinoamericana de estudios urbanos. Volumen 33 número 99. Santiago. pp.7-16.

http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_serial&pid=02507161&lng=es&nr m=iso

LUDEÑA Wiley

1997 Ideas y arquitectura en el Perú del siglo XX. SEMSA. Lima.

2004 Lima: Con-cierto de-sierto barroco en ARQ, n. 57 Zonas áridas / Arid zones, Santiago, julio, p. 10 - 13

2002 Lima, ciudad y globalización. Paisajes encontrados de fin de siglo. En: El desafío de las áreas metropolitanas en un mundo globalizado.

2006 Ciudad y Patrones de asentamiento. Estructura urbana y tipologización para el caso de Lima, en Eure: revista latinoamericana de estudios urbanos. Volumen 32 número 95. Santiago. pp.37- 55.

LYNCH, Kevin.

2000 La imagen de la ciudad, Barcelona; Ed. Gustavo Gili,

MARX, Karl y ENGELS Friedrich

1968 La Ideología Alemana, Pueblos Unidos, Montevideo

Matos Mar, José

1998 Desborde popular y crisis del Estado: el nuevo rostro del Perú en la década de 1980 CONCYTEC, Lima

MENDEZ, Ricardo

2001 “transformaciones económicas y reorganización territorial en la región metropolitana de Madrid” en EURE(santiago) N° 80.

http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612001008000007

MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA.

1992 Plan de desarrollo metropolitano de Lima-Callao 1990-2010, Lima.

NUGENT, Guillermo

1991 El mercado y el cementerio como escenarios en una novela de José María Arguedasen en El conflicto de las sensibilidades: propuestas para una interpretación y crítica del siglo XX. Lima: Instituto Bartolomé de las Casas.

OJEDA RAFAEL

2009 Lima, arcadia colonial o arcadia del espanto en Quehacer.N°174 Desco.
Lima

ORTIZ DE CEVALLOS, Augusto:

1992 Urbanismo para sobrevivir en Lima, Lima: APOYO

ORTIZ DE ZEVALLOS, Luis:

1986 "Lima como Expresión Material de Una Civilización". En: Lima a los 450 años, Lima: CIUP

OSORIO Bautista, Serafín

2005 La formación del espacio urbano y la constitución de una clase media emergente. El caso del distrito de Los Olivos en el Cono Norte de Lima. Lima Tesis de Maestría en Ciencias Sociales con mención en Sociología. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias Sociales

ONU- HABITAT

2012 Estado de las Ciudades de América Latina y el Caribe 2012. Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos.
<http://www.unhabitat.org/pmss/listItemDetails.aspx?publicationID=3380>

PANFICHI, Aldo Ed.

2004 Mundos interiores. 1850 – 1950. Universidad del Pacifico. Lima

PORTOCARRERO, Gonzalo

2008 "Escritura dolorosa" El Comercio Lima 13 de enero

<http://elcomercio.pe/edicionimpresa/Html/2008-01-13/a-sombra-lima.html>

PROTZEL, Javier

2011 Lima Imaginada. Lima, Universidad de Lima. Fondo Editorial.

RADIGUET, Max

1971 Lima y la sociedad peruana. Lima: Biblioteca Nacional del Perú, 1971
<http://www.biblioteca.org.ar/libros/89498.pdf>

RITZER, George.

2002 Teoría sociológica moderna. Madrid: McGraw Hill. Quinta edición.

RIOFRIO, Gustavo

1978 Se Busca Terreno para Próxima Barriada, Lima: Desco, 1978.

ROCHABRUN, Guilerrmo.

1993 “Cómo salir del dilema del Huevo y la Gallina en Sociedad e individualidad: Materiales para una sociología” Pontificia Universidad católica del Perú. Fondo editorial, págs. 139 159

RIBEYRO, Julio Ramón

1977 “El mar que y lo gavilanes” en La palabra del mudo Cuentos 52/72, Volumen III. Milla Batres Editorial Lima Perú p.87-108

SALAZAR Bondy, Sebastián

2002 Lima la horrible. Universidad de Concepción, cuarta edición. Chile

SILVA, Armando

1992 Imaginarios Urbanos. Bogotá y Sao pablo cultura y comunicación urbana en América Latina. Bogotá. Tercer Mundo Editores.

2001 “Algunos imaginarios urbanos desde centros históricos de América Latina” en Fernando Carrión ed. La ciudad Construida Urbanismos en América Latina. Quito. FLACSO.

SIMMEL, George.

1998 El individuo y la libertad; Barcelona, Península. 2ed.

TAUSSIG, Michael

1995 “Tactilidad y distracción” en Un Gigante en Convulsiones: el mundo humano como sistema nervioso en emergencia permanente. Gedisa Editorial. Barcelona. Cap.8. p.181 -190

VALERO, Eva Maria

2004 Evocaciones de La arcadia colonia en la literatura peruana de Ricardo Palma a Julio Ramón Ribeyro en América. N. 5-6 (dic. 2004).pp. 230-237
http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27040/1/ASN_05-06_29.pdf

VEGA CENTENO, Pablo

2006 “El espacio público la movilidad y la revaloración de la migración”. Cuadernos Arquitectura y ciudad. N°5. Lima. PUCP, 2006

<<http://ciac.pucp.edu.pe/>>

2013 “El modelo urbano que sigue Lima en la actualidad: el responsable olvidado de la inseguridad”. En Revista Argumentos, año 7, n.º 1. Marzo 2013. Disponible en http://www.revistargu-mentos.org.pe/modelo_urbano.html

WEBER, Max.

1987 La Ciudad. Madrid, Ed. La piqueta