



**EL COLEGIO
DE SONORA**

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

**Ciudad *Collage*. Representaciones e imaginarios urbanos de
Hermosillo, Sonora (2004-2015)**

Tesis presentada por

Yanely Consuelo Estrada Santoyo

Como requisito parcial para obtener el grado de

Doctora en Ciencias Sociales

Directora de tesis:

Dra. Brisa Violeta Gallegos Carrasco

Lectora interna:

Dra. Liz Ileana Rodríguez Gámez

Lectora externa:

Dra. Glenda Bethina Yanes Ordiales

Hermosillo, Sonora

Junio de 2018

A mi madre, Lucía.

Firmas de aprobación

Comité de tesis	
Dra. Brisa Violeta Carrasco Gallegos	
Dra. Liz Ileana Rodríguez Gámez	
Dra. Glenda Bethina Yanes Ordiales	

Agradecimientos

Un vez más, gracias al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por poder realizar el siguiente trabajo. Ofreciéndome la oportunidad de fortalecer no sólo un proyecto de investigación, sino la posibilidad de seguir adquiriendo conocimiento y experiencia en los diversos procesos de la investigación social en México.

A El Colegio de Sonora por ofrecerme su espacio para poder impulsar el aprendizaje, la experiencia y el conocimiento, en estos seis años de formación académica. De la misma manera, agradezco a su personal administrativo y en biblioteca por su gran amabilidad y apoyo.

A Dra. Glenda Bethina Yanes Ordiales y Dra. Liz Ileana Rodríguez Gámez por su disponibilidad, asesoría y acompañamiento.

A Dra. Brisa Violeta Carrasco Gallegos por su apoyo, por su gran capacidad para guiarme durante el trayecto de la investigación. Por su sinceridad, amistad y gran fuerza positiva transmitida.

A quienes me brindaron la posibilidad de acceder a información gubernamental, inmobiliaria y urbana. También a cada uno de los informantes que contribuyeron desde su experiencia cotidiana a acercarnos a la realidad de la ciudad de Hermosillo, Sonora.

A mi familia por su apoyo incondicional, paciencia y amor.

Introducción	17
Capítulo I. Ciudad <i>collage</i>	25
1.1 Ciudad contemporánea latinoamericana	29
1.1.1 El proyecto urbano posmoderno	29
1.1.2 Ciudad latinoamericana, ¿modernidades inconclusas o posmodernidad desigual?	33
1.1.3 Modelo de ciudad latinoamericana	35
1.1.4 Ciudad <i>collage</i>	39
1.2 Contexto de la Ciudad <i>collage</i>	40
1.2.1 Globalización y competencia urbana	40
1.2.2 Alternancias; entre la planificación estratégica y el marketing urbano	45
1.2.3 Culturas emergentes	49
1.2.4 Efectos urbanos	51
1.3 Elementos de análisis de la Ciudad <i>collage</i>	53
1.3.1 Representaciones e imaginarios urbanos	55
1.3.2 Planificación estratégica y marketing urbano	57
1.3.2.1 Oferta urbana	60
1.3.2.2 Puesta en valor	60
1.3.2.3 Comunicación e imagen	61
1.3.2.4 Monumentalismo	62
Capítulo II. Metodología	65
2.1 Estudio de caso	67
2.2 Estudios y abordajes	69
2.3 Planteamiento metodológico	72
2.3.1 Identificación	74
2.3.2 Descripción	75
2.3.3 Integración	78
2.4 Alcances y hallazgos	81
Capítulo III. Descripción de la zona de estudio: Hermosillo, Sonora	83
3.1 Ubicación	85
3.2 Caracterización socio-demográfica urbana	85
3.2.1 Población	85
3.2.2 Vivienda y crecimiento urbano	86
3.3 Caracterización económica	88
3.4 Antecedentes de los grandes proyectos urbanos en Hermosillo, Sonora	92
Capítulo IV. Representaciones e imaginarios urbanos de la planificación estratégica y marketing: Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Hermosillo Puerta Oeste en Hermosillo (2004-2015).	109
4.1 Oferta urbana	111
4.1.1 Tipo de ciudad ofertada	113
4.1.2 Mercado	124
4.1.3 Proyecto de ciudad	131
4.1.4 Hallazgos	139
4.2 Puesta en valor	141
4.2.1 Musas y Estadio Sonora	142
4.2.2 Recuperación de espacios emblemáticos	147
4.2.3 Espacios públicos	153
4.2.4 Perspectiva ciudadana	156
4.2.5 Hallazgos	161

4.3 Comunicación e imagen	163
4.3.1 Elementos distintivos de la ciudad	164
4.3.2 Imagen urbana	167
4.3.3 Hallazgos	170
4.4 Monumentalismo	171
4.4.1 Emblemas urbanos (2004-2015)	172
4.4.2 Crecimiento urbano	178
4.4.3 Hallazgos	186
Conclusiones	189
Bibliografía	195
Anexos	205

Imagen 1. Modelo general de la estructura urbana en Latinoamérica	37
Imagen 2. Núcleo central (NC) y sistema periférico (SP) de representación e imaginarios urbanos.	59
Imagen 3. Ubicación del Proyecto Especial Hermosillo. Desarrollo Urbano del Cauce del Río Sonora.	95
Imagen 4. Proyecciones de Hermosillo Puerta Norte.	100
Imagen 5. Empresas y desarrollos a concretarse en el bulevar Río Sonora	102
Imagen 6. Modelo Conjunto MUSAS.	103
Imagen 7. Áreas urbanizables del Plan Maestro Puerta Oeste	106
Imagen 8. Ubicación de megaproyectos urbanos en Hermosillo, Sonora (2004-2015)	112
Imagen 9. Proyecto Hermosillo Vado del Río.	114
Imagen 10. Perspectiva de Centro Comercial Galerías (izquierda) y Centro Cultural MUSAS (derecha).	115
Imagen 11. Ubicación del Nodo Río Sonora.	116
Imagen 12. Plazas y centros comerciales en bulevar Morelos.	118
Imagen 13. Entrada a Residencial Monterosa.	119
Imagen 14. Residencial Monterosa.	119
Imagen 15. Ilustración del Plan Maestro Puerta Oeste.	121
Imagen 16. Entrada a Residencial Real de Sevilla en Prolongación del bulevar Luis Donaldo Colosio.	122
Imagen 17. Plaza Comercial Galicia en bulevar Luis Donaldo Colosio.	123
Imagen 18. Planta Arquitectónica, nivel principal, MUSAS.	144
Imagen 19. Diseño arquitectónico de Estadio Sonora.	146
Imagen 20. Intervenciones urbanas en la zona centro de Hermosillo, Sonora (2004-2015).	147
Imágenes 21 y 22. Andador Histórico de Villa de Seris.	148
Imagen 23. Adecuaciones al mirador del Cerro de la Campana.	150
Imagen 24. Placa Conmemorativa de Plaza Bicentenario.	151
Imagen 25. Plaza Conmemorativa Bicentenario y Centenario.	151
Imagen 26. Remodelación de fachadas en el Centro Histórico-Comercial de Hermosillo.	152

Imagen 27. Ubicación de Parque Conmemorativo	154
Imagen 28. Render del Parque Urbano del Vado del Río.	155
Imagen 29. Centro Cultural MUSAS.	174
Imagen 30. Distribuidor vial bulevar Luis Encinas y Solidaridad.	175
Imagen 31. Estadio Sonora.	177
Imagen 32. Distribuidor vial del bulevar Morelos y Periférico Norte.	178
Cuadro 1. Zona de aplicación de entrevistas.	76
Cuadro 2. Identificación de categorías centrales de análisis.	81
Cuadro 3. Proceso de codificación selectiva teórica.	81
Cuadro 4. Evolución poblacional de Hermosillo	86
Cuadro 5 Comparativo y proyección de superficie urbana, población y densidad en Hermosillo.	87
Cuadro 6. Dinámicas de crecimiento territorial urbanizado en Hermosillo.	88
Cuadro 7. Caracterización económica de Hermosillo.	89
Cuadro 8. Actividades económicas en Hermosillo, Sonora.	89
Cuadro 9. Sector Manufacturero en Hermosillo.	90
Cuadro 10. Sector Servicios en Hermosillo.	90
Cuadro 11. Sector Comercio en Hermosillo.	91
Cuadro 12. Otras actividades económicas en Hermosillo.	92
Cuadro 13. Descripción del Proyecto Hermosillo Puerta Norye	101
Cuadro 14. Descripción del Proyecto Hermosillo Vado del Río.	103
Cuadro 15. Descripción del Plan Maestro Puerta Oeste.	106
Cuadro 16. Oferta residencial en Proyecto Puerta Norte por tipología y sector-socioeconómico.	120
Cuadro 17. Oferta residencial en Plan Maestro Puerta Oeste, por tipología y sector socioeconómico.	113
Cuadro 18. Inventario de vivienda vigente a diciembre del 2015.	130
Cuadro 19. Evolución histórica de oferta y consumo de vivienda en Hermosillo.	130

Gráfico 1. Evolución poblacional de Hermosillo.	86
Mapa 1. Comparativo de unidades económicas en Hermosillo, Sonora.	127
Mapa 2. Densidad de población en Hermosillo, Sonora 2010.	129
Mapa 3. Crecimiento urbano de Hermosillo, Sonora 2005-2015.	188

Introducción

La planificación estratégica y el marketing urbano se han presentado como vías para el desarrollo y crecimiento de las ciudades latinoamericanas. Bajo esta lógica, los procesos de urbanización han conformado una serie de fracturas, a partir de intervenciones que logran el beneficio de sectores privilegiados, en los rubros social, económico y político.

Las representaciones e imaginarios urbanos se configuran mediante el mercado, al diversificarse y fragmentarse de acuerdo a la producción de escenarios urbanos que procuran la atracción de capitales. La ciudad busca ser representada e imaginada de acuerdo a los estándares de la competencia urbana a nivel global. Los megaproyectos urbanos emergen como una vía para la consolidación de capitales públicos y privados, mismos que incorporan una serie de particularidades (estadios de béisbol, museos, zonas comerciales, zonas residenciales) como agentes de cambio para la ciudad, que van zonificando el mercado urbano.

Para una ciudad que apenas logra enfrentar problemáticas derivadas de su administración municipal (inseguridad, falta de seguimiento a políticas de saneamiento y pavimentación, falta de espacios públicos y áreas verdes), Hermosillo, Sonora, ha apostado a los megaproyectos en su planeación urbana. En el presente documento se propone analizar los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, los cuales han influido en las representaciones e imaginarios urbanos desde la planificación estratégica y marketing en Hermosillo, en el periodo del 2004 al 2015. Para lograrlo, este estudio retoma la perspectiva teórica de Muxí (2004), Amendola (2008), Montaner y Muxí (2011) y Duhau y Giglia (2016), mientras que en torno a las representaciones e imaginarios urbanos se apoya en Abric (2000) y Silva (2006, 2013). También se retoma la propuesta metodológica del estudio de caso de Yin, Stake, Bizquerra Alzina, Balcazar Nava, Simons y Venesson.

El presente documento “*Ciudad collage, representaciones e imaginarios urbanos de Hermosillo, Sonora, (2004-2015)*” se compone de cuatro capítulos. El primero analiza la ciudad contemporánea latinoamericana y sus implicaciones en el modelo urbano a partir de su configuración fragmentaria. Además retoma las condiciones que imperan en el espacio urbano a partir de la apertura al mercado global mediante la planificación estratégica y el marketing urbano. También se analizan las consecuencias tanto económicas y espaciales que configuran las relaciones sociales a partir del consumo.

El capítulo II conforma la propuesta metodológica y su praxis a partir de criticar el estudio de caso, con el fin de contribuir al análisis sistemático de los procesos urbanos, políticas y acontecimientos que permitan explicar las representaciones e imaginarios de Hermosillo, Sonora, (2004-2015) debido a la intervención de los megaproyectos urbanos. El análisis se integra por técnicas de recolección de datos provenientes de observación, revisión documental, entrevista semiestructurada y la creación de mapas temáticos geoestadísticos. En el capítulo III se describe la ciudad de Hermosillo, a partir de sus dinámicas poblacionales, urbanas y económicas. Se busca representar los periodos de transición de los megaproyectos urbanos desde sus intervenciones en la ciudad. El último capítulo presenta el análisis de las representaciones e imaginarios urbanos de la planificación estratégica y marketing urbano teniendo como base de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Hermosillo Puerta Oeste en el periodo 2004-2015, tomando como ejes de análisis la oferta urbana, la puesta en valor, la comunicación e imagen, y el monumentalismo.

Desde los hallazgos, se comprueba que en Hermosillo se ha fragmentado el espacio a causa de la planificación estratégica y el marketing urbano. Esto ha dado lugar

a la promoción de suelo urbanizable derivado de la intervención de los megaproyectos. En esta lógica, las intervenciones urbanas en la ciudad de Hermosillo dieron lugar a la disposición de procesos urbanos, mismos que se enmarcan en el neoliberalismo. Se trata de un momento histórico donde la planificación estratégica, gestionada por Impulsor, derivó en concertar megaproyectos que permitirían potencializar el inminente crecimiento de la ciudad con la expansión y la renovación urbana, que vendría a generar mayores zonas de inversión económica.

La incidencia de los megaproyectos urbanos en el periodo 2004-2015 parte de su periodización sexenal conforme a la intensificación del marketing urbano. En consecuencia, la privatización del suelo urbanizable se dio entre los identificados grupos de poder que apostaron a la especulación urbana como una forma de capitalizarse. En suma, Hermosillo ha tendido a gestionar el espacio urbano en torno a los intereses particulares de cada administración gubernamental. Como resultado, la falta de mecanismos de consulta pública derivó en megaproyectos con un alto grado de indiferencia en cuanto a las necesidades urbanas.

Abordajes

La Ciudad *Collage* se presenta como una serie de fragmentos urbanos, derivados de grandes proyectos urbanos. La interlocución entre las representaciones e imaginarios genera una ciudad que no termina por ser aquello que en su ideal supone, sujeta a constantes cambios, intervenciones y desafíos en torno a su imagen.

Con el objetivo de describir y explicar las intervenciones urbanas de Hermosillo, Sonora, (2004-2015), desde la mirada de la intervención de los megaproyectos, se busca reconstruir las representaciones e imaginarios urbanos de la planificación estratégica y el marketing urbano tomando como base las propuestas teóricas de Muxí (2004), Amendola (2008), Montaner y Muxí (2011) y Duhau y Giglia (2016).

Como punto de partida se describe el modelo de ciudad latinoamericana, caracterizado por la fragmentación urbana, desde su reconfiguración a partir del proyecto moderno inacabado, hasta su transición a la posmodernidad. Marcado por la diversidad de actividades, el espacio urbano se ha presentado como un *collage*, donde la dispersión y la multicentralidad hacen visibles los símbolos contemporáneos de la urbanización a partir de grandes intervenciones urbanas. En esta lógica, los megaproyectos emergen como una forma de hacer ciudad, pero sin resolver las problemáticas urbanas existentes, y más bien intensificadas por efecto de la inversión de capitales como principal atractivo económico. En este sentido, la globalización económica y la competencia urbana, ligadas a las alternancias entre la planificación estratégica y el marketing urbano, han dado lugar a la emergencia de culturas y efectos urbanos que se presentan como algunas de las características de las condiciones urbanas en Latinoamérica.

Desde la dimensión de Abric (2000) y Silva (2006, 2013), se propone el análisis de las representaciones e imaginarios urbanos, basándonos en las representaciones sociales como un sistema de creencias, valores, ideas y prácticas que permiten establecer un orden en la realidad, todas ellas dominadas por el efecto de nombrar y clasificar diversos aspectos del mundo individual y social. Al mismo tiempo, los imaginarios urbanos permiten reconocer las formas de vivir y percibir el espacio urbano.

Las representaciones urbanas logran evidenciarse desde los megaproyectos urbanos conforme se presentan planes y programas de desarrollo urbano. Mientras los imaginarios se presentan a partir de las imágenes que se retoman de diversas ciudades, con una vía para integrar escenarios urbanos competitivos a la escena global.

Caso de estudio: Hermosillo, Sonora, México,

Hermosillo, denominada capital del estado de Sonora, se ubica en el noroeste de México. Su importancia radica en su condición geográfica, dada su cercanía a la frontera con Estados Unidos, así como su ubicación central en el estado. Esta situación la ha llevado a posicionarse discursivamente como una ciudad con grandes oportunidades para el desarrollo económico y crecimiento urbano. No obstante, en los últimos años Hermosillo se ha encontrado frente a un proceso de crecimiento disperso, derivado de la gestión urbana desde la planificación estratégica y el marketing urbano. Enfocados particularmente en generar la atracción de capitales a partir de megaproyectos urbanos, se han representado espacios como grandes oportunidades para futuros inversionistas, mediante la concertación de obras público-privadas como principal atractivo económico. Por esta razón, la imagen urbana de Hermosillo se ha diversificado como respuesta de las propuestas emergentes derivadas de la intervención de grandes transformaciones en diversas zonas de la ciudad. Con todo esto en la agenda, se retoman los siguientes tres megaproyectos para su análisis desde su origen, su impacto económico y urbano.

Proyecto Hermosillo Vado del Río

Derivado del Plan Sonora Proyecta, este proyecto se implementa durante el sexenio de Eduardo Bours Castelo (2004-2009), con el objetivo de consolidar uno de los principales corredores comerciales y de servicios a partir de la promoción del uso de suelo, en torno a proyectos principalmente de carácter nacional e internacional. La derrama económica generada se estimó oficialmente en un promedio de 2 mil 800 millones de pesos (Gobierno del Estado de Sonora 2009). Entre las principales intervenciones destaca el proyecto Musas, un espacio cultural con una inversión aproximada de 13.7 millones de pesos (Gobierno del Estado de Sonora 2007). Del

mismo cabe mencionar una nueva zona hotelera (Gobierno del Estado de Sonora 2009) y la construcción de la plaza comercial Galerías Mall, la cual ofrecería salas de cine, restaurantes y tiendas departamentales, con una inversión de 184.5 millones de pesos (Gobierno del Estado de Sonora 2010).

Hermosillo Puerta Norte

De la misma manera al caso anterior, Hermosillo Puerta Norte deriva del Plan Sonora Proyecta. Dicho enclave urbano se integra gracias a la promoción inmobiliaria, ofertado como una de las reservas territoriales de la ciudad, con el fin de seguir garantizando el crecimiento ordenado y la atracción de inversiones a futuro. Esta reserva surge mediante la prolongación de 6.5 kilómetros del bulevar Morelos hacia la carretera Internacional a Nogales. Se trata de una obra que aseguraba generar infraestructura urbana en la zona norte de Hermosillo, abriendo el desarrollo de 2 mil 345 hectáreas en pro de la ciudad (Gobierno del Estado de Sonora 2009).

Este proyecto vino a prolongar el corredor comercial sobre el bulevar Morelos, mediante la construcción de plazas, el desarrollo de zonas residenciales exclusivas, así como la creación de algunas zonas destinadas al esparcimiento público, con poca o nula inversión pública.

Plan Maestro Puerta Oeste

Durante el sexenio de Guillermo Padrés Elías (2010-2015), este proyecto se generó de la necesidad de zonas deportivas y de esparcimiento para los habitantes. En su diseño se integraron nuevas vialidades, espacios para empresas y viviendas, hospitales, alternativas para el turismo deportivo y de entretenimiento, entre otros. La inversión

pública fue dada a conocer en 315.4 millones de pesos (Gobierno del Estado de Sonora 2011).

La obra central del megaproyecto fue la construcción del Estadio Sonora. Su urbanización se planificó incluyendo la construcción de zonas residenciales, comerciales y espacios públicos, así como la creación de nuevas vialidades de acceso a la zona sobre la prolongación del bulevar Colosio (Gobierno del Estado de Sonora 2012).

Justificación

La siguiente investigación busca reconocer la situación urbana actual en Hermosillo, cuyo crecimiento se ha mostrado disperso a partir de la promoción de uso de suelo en reservas territoriales mediante el diseño y la construcción de megaproyectos. Entre los efectos generados por esto, surge la agudización de los problemas urbanos ya presentes, tales como la segregación socioeconómica, la falta de creación e inversión en programas de movilidad eficientes y el fomento a la creación de áreas verdes y espacios públicos en la ciudad.

Dada la visión a futuro de Hermosillo de seguir bajo un modelo de planificación en torno a regulaciones basadas en la constante especulación del suelo, así como la arbitraria aprobación de megaproyectos urbanos en diversas zonas, resulta pertinente estudiar este fenómeno, desde las dimensiones urbanas, culturales y sociales. Este hecho permitirá poner en evidencia, desde las representaciones e imaginarios urbanos, los cambios que se han presentado en la ciudad y sus impactos desde la visión de sus ciudadanos.

Hipótesis

Los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste en Hermosillo, Sonora (2004-2015), han dado lugar a un proceso de fragmentación urbana, dada la intensificación de la inversión económica en ciertos sectores de la ciudad.

Pregunta de investigación

¿Cómo se ha construido la realidad urbana de Hermosillo, Sonora (2004-2015) a partir de la planificación estratégica y el marketing, desde las representaciones e imaginarios urbanos de habitantes, promotores inmobiliarios y agentes gubernamentales?

Objetivo general

Explicar la planificación estratégica y marketing urbano en Hermosillo, Sonora (2004-2015) a partir de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, desde las representaciones e imaginarios urbanos de habitantes, promotores inmobiliarios y agentes gubernamentales.

Objetivos específicos

Describir cómo se ha construido la ciudad de Hermosillo desde los megaproyectos urbanos. Describir e interpretar las representaciones e imaginarios urbanos que surgen en la ciudad a partir de los megaproyectos urbanos trazados en el periodo 2004-2015.

Capítulo I. Ciudad *Collage*

Los primeros estudios de marketing urbano surgen en las ciudades norteamericanas vinculadas al desarrollo local, la promoción de lugares y las alianzas públicas-privadas. Entre los trabajos pioneros en la temática se encuentran los de Philip Kotler y Sidney J. Levy (1969), en Estados Unidos, con su artículo *Broadening the Concept of Marketing*. Para la década de los noventa, el marketing urbano llega a las ciudades europeas. Entre las propuestas más significativas se encuentran la de Toni Puig (2009), con su publicación *Marca-Ciudad. Como rediseñarla para un futuro espléndido para todos*, donde expone el caso del modelo Barcelona y sus estrategias mercadológicas. En consecutivo, surgen los trabajos de Precedo Ledo (1996, 2010) de la Universidad de Santiago de Compostela, y de Mesa Arango (2011), de la Universidad de Cataluña.

En América Latina, los trabajos se han presentado escasos y aislados, entre ellos surgen las propuestas de Friedman (2000), Fernández y Paz (2005), Gutiérrez Andrade (2009), Duque Franco (2011) y Arízitia (2013). En México se consolidó un grupo de investigación interdisciplinario e internacional en el noroeste del país, a partir del Instituto Tecnológico Superior de Cajeme, Sonora, integrando así el Centro de Estudio de Marketing y Desarrollo Urbano, así como la Red Internacional de Marketing y Desarrollo Urbano, la cual en la actualidad se encuentra inactiva. Este hecho coloca a la temática en un vacío ontológico, epistemológico y teórico en la región sonoreense.

En torno al estudio de los imaginarios sociales, su propuesta se ha consolidado como una línea filosófica-teórica. Sus estudios se han encontrado sujetos a prueba bajo diversas temáticas analíticas y marcos metodológicos, con el fin de aportar nuevos caminos para su aporte en las ciencias sociales. No obstante, podemos identificar dos corrientes intelectuales de las más importantes, tales como la francesa y la iberoamericana.

La corriente francesa se conforma a partir de los estudios de Émile Durkheim (1912) con *Las formas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia*. También surgen los trabajos de Gilbert Durand (1964, 1981), desde una postura antropológica con *La imaginación simbólica y Las estructuras antropológicas de lo imaginario. Introducción a la arquetipología general; así como* Cornelius Castoriadis (1975), con su obra *La institución imaginaria de la sociedad*.

En cuanto a la segunda corriente, la iberoamericana, sobresalen los aportes de Juan Luis Pintos (1995), con *Los imaginarios sociales; la nueva construcción de la realidad social*; Manuel Antonio Baeza (2000, 2008), con *Los caminos invisibles de la realidad social. Ensayo de sociología profunda sobre los imaginarios sociales*, así como *Mundo real, mundo imaginario*. También de Enrique Carretero Pasín (2001, 2010, 2010a) con *Imaginarios sociales y crítica ideológica. Una perspectiva para la comprensión de la legitimación social; Los universos simbólicos de la cultura contemporánea y El orden social en la posmodernidad. Ideología e imaginario social*; de Luis Enrique Alonso y Carlos J. Fernández Rodríguez (2013), con *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*; de Luis Pérez Álvarez (2015), con *Creaciones del imaginario social. El deseo, la ley y la ética*, además de las contribuciones de Abilio Vergara Figueroa (2015), con *Horizontes teóricos de lo imaginario. Mentalidades, representaciones sociales, imaginario, simbolismo, ideología y estética*.

Los estudios encaminados a los imaginarios urbanos han dado cabida a una serie de análisis que han permitido conocer cómo se prefigura, visualiza y construye la ciudad desde sus principales interlocutores. Entre sus exponentes se encuentran Néstor García Canclini (1997), Armando Silva (2006, 2006a, 2016), Marc Augé (1998, 2007), Alicia Lindón (2006, 2007), Adolfo B. Narváez Tijerina (2010, 2013), Eloy Méndez (2008,

2011), Jesús Enríquez (2011), Horacio Roldán López y Gladis Beatriz Mascareño López (2013), Catherine R. Ettinger (2015), entre otros.

1.1 Ciudad contemporánea latinoamericana

Con el fin de reconstruir la condición de las ciudades a partir los megaproyectos urbanos, nos proponemos analizar las propuestas teóricas de Muxí (2004), Amendola (2008), Montaner y Muxí (2011) y Duhau y Giglia (2016), con el fin de integrar un corpus teórico alrededor de las cuales se construye la ciudad contemporánea en Latinoamérica.

1.1.1 El proyecto urbano posmoderno

Lo urbano ha emergido a lo largo de la historia moderna como una posibilidad de responder a las necesidades humanas y a los cambios emergentes de la sociedad. Su condición transitoria ha marcado la morfología urbana a partir de los rasgos de cada tiempo, generando una serie de fragmentos que en algunos casos se integran, y en otros se contraponen. Aun así, la ciudad ha mantenido su continuidad histórica.

Pero, ¿qué definía urbanismo moderno? De acuerdo a Ascher (2001), uno de los principales objetivos de la planeación urbana era la organización espacial encaminada a reducir la incertidumbre, a través de un proyecto conjunto a largo plazo. El espacio urbano fue concebido en función de proyectos sociales (vivienda, transporte, ocio y comercio), destinados a la simplificación de funciones urbanas por zonas.

De acuerdo a Montaner y Muxí (2011), el urbanismo surge en la modernidad como una disciplina que ha buscado intervenir el territorio a partir de su ordenación, con el fin de organizar el funcionamiento de la ciudad, el acceso a bienes y servicios

colectivos de sus habitantes y sus usuarios, dando lugar a una vocación encaminada a la transformación social, que mejore la calidad de vida y que reduzca las desigualdades.

Amendola asegura que la ciudad moderna fue construida a partir de una serie de mitos, tomados de la experiencia urbana de París. "...la coexistencia del paraíso, del infierno, la eternidad y la contingencia, de la constancia y de la imprevisibilidad, de la belleza y de lo horrible (...) de lo nocturno e inquietante..." (2008, 54). Son algunas de las imágenes que fueron propagándose en el imaginario, tanto social como urbano, de otras ciudades en el mundo.

Con relación a lo anterior, se puede argumentar que la modernización llevó el diseño al extremo concibiendo el desarrollo urbano como proyectos totalizadores que representaban el progreso social, administrados y gestionados desde la dimensión del Estado. El desdén por controlar la complejidad urbana vino a generar una multiplicidad de espacios fuertemente segregados por sus particularidades sociales y condiciones económicas, propiciada en cada proyecto de ciudad.

No obstante, una serie de eventos significativos en la historia urbana vino a marcar para algunos la continuidad del proyecto urbano moderno hacia el capitalismo avanzado, la consolidación de nuevos mecanismos del hacer urbano a partir de la tercera revolución urbana, o bien, nuevas formas de vivir la ciudad, que emergen a partir de la difusión de las diferentes imágenes en torno a la posmodernidad (Harvey 2008; Asher 2001; Amendola 2000). A su vez, la emergencia del capitalismo explosivo del siglo XX, originado de la posguerra, vino a generar importantes transformaciones urbanas derivadas de la afluencia de capitales en torno a estos mismos grandes proyectos. No obstante, la crisis del modelo urbano puso en entredicho sus verdaderas finalidades, así

como sus alcances en torno a un proyecto concebido como un punto de partida para la solución de todas las problemáticas sociales.¹

Tras el entredicho de la modernidad urbana, Harvey (2008) habla acerca de las propuestas de análisis teóricas denominadas como pos tardías, de las cuales surge la posmodernidad como un metalenguaje. En efecto, surge el posmodernismo como una corriente de pensamiento que viene a mimetizar las prácticas sociales, económicas y políticas, mismas que, sin duda, tienen su efecto en el hacer de la ciudad: “Mi conclusión es que hay más continuidad que diferencia entre la vasta historia del modernismo y el movimiento llamado posmodernismo. Me parece más sensato considerar que este último es una especie de crisis particular dentro del primero, que pone en primer plano lo fragmentario, lo efímero y caótico” (Harvey 2008, 137).

Junto con la posmodernidad, la convergencia entre intereses públicos y privados comenzó en los distintos planos de formación de la ciudad, dando lugar a la búsqueda de satisfactores mediados principalmente por la generación de diseños urbanos más especializados, dotados de arquitecturas emblemáticas con fines efímeros. Tras la apuesta totalizadora del urbanismo, la visión fragmentaria de la ciudad vino a suponer nuevos esquemas para el diseño urbano.

La condición posmoderna del espacio urbano vino a marcar nuevos principios estéticos, objetivos sociales dispersos, así como esquemas urbanos aún más polarizados, a partir de la dotación de servicios y ocio. Emergen los monumentos de la contemporaneidad (Amendola 2000), vinculados principalmente a arquitecturas emblemáticas y a proyectos urbanos competitivos a escala global. Las zonas urbanas son creadas a partir de principios de autosuficiencia funcional, formal y simbólica.

¹ “La crisis del fordismo urbano se manifiesta, sobre todo, a través de dos ejes de cambio: por una parte, la tendencia hacia la flexibilización urbana por sobre el urbanismo modernista y regulador; y por otra, la caída en el financiamiento estatal de la materialidad urbana (vivienda, equipamientos e infraestructura) y de algunos servicios urbanos colectivos.” (Abramo 2012,36)

Buscan dar continuidad a la ciudad generando intercomunicaciones y facilitando el transporte, principalmente individual, mediante sistemas de acceso, en torno a autopistas y vialidades (Muxí 2004).

La ciudad se consolida como un nuevo instrumento de capitales a partir de la progresiva gestión urbana bajo diferentes intereses económicos. Políticas urbanas surgen con el fin de cristalizar una agenda empresarial en torno a la inversión y el desarrollo inmobiliario, vinculado principalmente a la generación de grandes proyectos urbanos sectoriales. Valores corporativos y de mercadeo urbano suscitan asociaciones entre lo público y lo privado, basadas en la especulación, marcando en la ciudad la polarización e inequidad (Valencia 2013).

Surge la ciudad neoliberal bajo la privatización de empresas públicas, la gestión del suelo generada por las demandas del mercado y, por último, la hegemonía del capital privado, en la conformación de zonas residenciales y comerciales (Abramo 2012). Dados los hechos, las gestiones urbanas emergentes vienen a consolidar grupos de poder, principalmente en las esferas políticas y empresariales locales.

De la misma manera, la búsqueda en la multiplicidad de funciones en torno a la ciudad, ha conllevado a espacios más complejos que adquieren sentido a través de una obra arquitectónica central. Son las intervenciones urbanas organizadas a partir de grandes proyectos urbanos que conjuntan zonas residenciales, comerciales, deportivos y ocio. Estos esquemas vienen a convertirse en un continuo a nivel internacional. Grandes obras arquitectónicas consolidan importantes nichos económicos que, a su vez, funcionan como atractivos urbanos que fomentan el turismo. La escena urbana marca pauta en torno a un diseño urbano cada vez más homogéneo.

La ciudad recurre a un conjunto de imágenes vinculadas a deseos humanos que se difunden de manera global. Los sueños vinculados a los adelantos tecnológicos, el

regreso a la vida comunal, o bien, la recomposición del pasado, surgen como alternativas para la creación de espacios urbanos especializados, dando lugar a estilos de vida cada vez más diferenciados de acuerdo a las zonas urbanas de consumo.

Es el proyecto urbano posmoderno, un conjunto de disposiciones temporales que han venido transformando el hacer de la ciudad. Sus transformaciones han transfigurado diversos aspectos de las formas y estéticas urbanas. No obstante, las condiciones resultan divergentes de acuerdo a cada espacio geográfico. Por eso es importante considerar su situación en torno a la ciudad latinoamericana.

1.1.2 Ciudad latinoamericana: ¿modernidades inconclusas o posmodernidad desigual?

Dentro de las particularidades del urbanismo latinoamericano, la modernidad ha adoptado diversas formas a partir de cada cultura, lo cual se ha traducido en proyectos de acuerdo a sus condiciones políticas, económicas y sociales. Por lo tanto, el capitalismo se ha sumado generando diversificación y dando lugar a urbanismos incompletos para el caso de la ciudad en América Latina. Es obligado retomar esta cuestión al momento de reflexionar en cómo se ha intervenido al gestar la ciudad.

Considerando la influencia del modelo norteamericano a partir de la posguerra, éste vino a marcar una fuerte tendencia en el diseño urbano latinoamericano. La fragmentación territorial debido a la planeación selectiva generó grandes problemas de segregación urbana, lo que se tradujo en la creación de zonas periféricas (Janoschka 2002).

Ascher (2001) critica el proyecto urbano moderno como parte de una ideología hegemónica occidental de la cual no ha sido fácil escapar. La noción de modernidad con llevó a abrigar grandes efectos colaterales, no sólo en términos urbanos, también en

cuestiones sociales, culturales y ambientales. Por otro lado, Griffin y Ford (1980), argumentan que el modelo urbano latinoamericano responde a sus propias lógicas de estructura urbana a partir de conjuntar elementos tradicionales, así como modernos.

No obstante, la transformación del espacio con fines urbanos, no ha sido una tarea fácil para América Latina, dada la falta de mecanismos que permitan generar una mayor equidad al momento de hacer ciudad. Por eso, el diseño urbano en apego al ideal moderno podría generar un resultado híbrido. Por un lado, ha procedido a conformar programas integrales a largo plazo y, a su vez, ha integrado proyectos sectoriales bajo ciertas temáticas como la protección y rescate del patrimonio urbano, la protección del medio ambiente, el reciclaje de infraestructura, la revalorización de la arquitectura y los monumentos, la planificación participativa y estratégica (Ciccolella 2012).

Las tendencias en cuanto a las intervenciones urbanas en América Latina derivan en un paralelismo importante en relación a la ciudad norteamericana en cuanto su diseño. Por ejemplo, la difusión de complejos residenciales cerrados y vigilados (que engloban un conjunto de servicios tanto públicos como privados), el desarrollo de centros comerciales o *malls*, así como espacios destinados al ocio, marcan parte de su tendencia.

Janoschka (2002) argumenta que las estructuras urbanas insulares de la ciudad latinoamericana se han convertido en elementos determinantes de la transformación y el desarrollo del espacio urbano, abarcando cuatro dimensiones: a) islas de riqueza, conformadas principalmente por barrios privados como lugares de residencia principal, barrios privados como residencias secundarias y megaproyectos de pueblos privados destinados para las clases altas; b) islas de producción, conformadas a partir de áreas industriales privadas y áreas industriales ya existentes, ubicadas en los ejes tradicionales de la ciudad; c) islas de consumo, designadas principalmente a centros comerciales; y d)

islas de precariedad: barrios precarios e informales donde se ubican las viviendas de tipo social, así como zonas con barrios ilegales o semi-ilegales.

Si bien, los elementos urbanos que han influido en la ciudad latinoamericana vienen a discurrir en un primer planteamiento, el urbanismo latinoamericano no ha consolidado un proyecto urbano moderno como tal. No obstante, si hablamos de un proyecto urbano posmoderno, podríamos tener ciertos elementos para argumentar su existencia. La transformación urbana en América Latina mantiene una lógica derivada de las grandes diferencias sociales que han protagonizado su contexto histórico.

1.1.3 Modelo de ciudad latinoamericana

Los modelos de ciudad en Latinoamérica se han caracterizado principalmente por su influencia americana. Optar por un modelo singular para alcanzar la modernidad ha sido una de las formas de buscar superar aquellos inconvenientes de los modelos tradicionales urbanos. El pensamiento moderno ha diversificado su posición de acuerdo a cada ciudad. En cada una ha llegado a cumplir un objetivo diferente, hecho que es necesario abordar con más detenimiento.

Uno de los puntos de partida del pensamiento moderno ha sido apoyarse en prácticas que difunden la destrucción creadora como mecanismo de implementación del proyecto urbano moderno:

Si el modernista tiene que destruir para crear, la única forma de representar las verdades eternas es a través de un proceso de destrucción que, en última instancia terminará por destruir esas mismas verdades. Sin embargo, si aspiramos a lo eterno e inmutable, no podemos dejar de poner nuestra impronta en lo caótico, en lo efímero y lo fragmentario (Harvey 2008, 33).

Es importante cuestionar la modernidad y su influencia en la estructura de las ciudades latinoamericanas. Pero antes de considerar una postura tajante ante la cuestión urbana, se debe partir del análisis de los modelos urbanos que han influido en las ciudades latinoamericanas, retomando las posturas de Janoschka (2002) y de Griffin y Ford (1980)

Una de las formas de abordar la integración del espacio urbano en América Latina comprende la configuración de las ciudades de acuerdo a las adaptaciones que fueron generando tomando como base los modelos urbanos preindustriales. Dada la falta de mecanismos económicos que permitieran su incorporación al capitalismo de manera eficiente, esto vino no sólo a generar grandes problemas sociales como la polarización (en su momento), sino que también marcó un antecedente en cuanto a la morfología urbana del presente (Griffin y Ford, 1980).

Los procesos de modernización en México derivados del Porfiriato (en la primera mitad del Siglo XX), dieron pauta a las primeras obras urbanas de gran envergadura en el país. La conformación de los primeros asentamientos urbanos a partir de la construcción de las vías férreas y la interrelación económica con Estados Unidos por medio del mismo tren, fueron generando las condiciones para integrar las capitales del noroeste del país (Méndez 2000b).

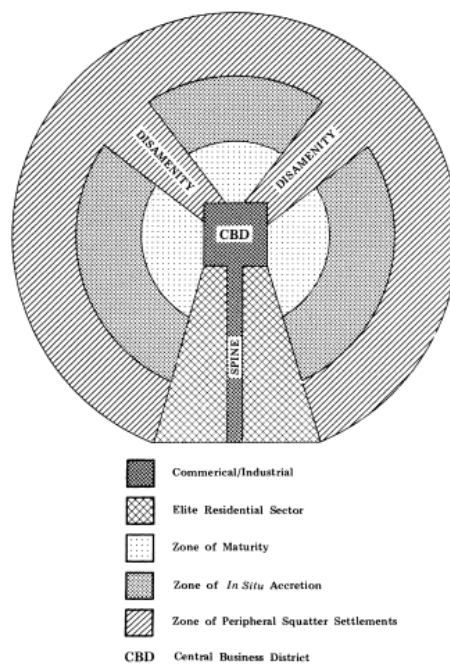
La consolidación económica de las capitales marcó el espacio urbano de acuerdo a sus actividades. No obstante, el aparato político siempre se fue diversificando de acuerdo a los intereses políticos en pugna, aunado a la generación de élites de poder que venían incidiendo en la apropiación del espacio urbano.

Dada las condiciones sociales y políticas, podemos considerar la propuesta de Griffin y Ford (1980), quienes argumentan que las cuestiones locales (cultura, política, economía) de las ciudades latinoamericanas han incidido en su forma. Sin embargo,

también consideran otro factor: que la condición urbana de América Latina ha estado inserta en un proceso de colonización que ha integrado a la ciudad en un modelo urbano con esquemas parecidos al anglo-americano.

En ese sentido, la evolución de la ciudad tradicional surge a partir de la expansión del centro comercial, de servicios, de la sub urbanización, así como de la conformación de zonas segregadas, como elementos que interfirieron en la integración de un nuevo modelo urbano (Griffin y Ford, 1980).

Imagen 1. Modelo general de la estructura urbana en Latinoamérica



Fuente: Griffin y Ford (1980: 406)

A continuación, se señalan cada una de sus partes y su función dentro de la estructura urbana:

- a) Distrito Central de Negocios (CBD): mantiene una importante actividad dentro de la vida económica de la ciudad, al concentrarse como uno de los principales nodos de afluencia popular. Se convierte

en una importante zona de transición, en la cual es posible observar el crecimiento y la funcionalidad urbana.

- b) Sector Residencial élite (ERS): se reconoce como un elemento dominante de la estructura urbana. Si bien es determinada por el CBD, conjunta una serie de servicios públicos y áreas residenciales destinados para los habitantes de clases altas y medias altas. Su función viene a presentarse como una extensión del CBD.
- c) Zonas de madurez (ZM): zona residencial donde solo se ubican las mejores casas de la ciudad, con una serie de servicios públicos. Puede considerarse dentro de un contexto urbano estable.
- d) Zonas de crecimiento (ZISA): son denominadas como zonas de transición urbana conformadas por residencias de diferentes tipologías arquitectónicas y en un proceso de expansión de los servicios públicos.
- e) Asentamientos ilegales periféricos (ZPSS): zona de asentamientos irregulares con servicios públicos nulos o escasos, donde se asientan en su mayoría migrantes de bajos recursos.

Sin duda, estos procesos no solo conformaron un nuevo esquema de ciudad, sino que también fueron destituyendo elementos urbanos que constituían parte de su legado histórico y morfológico. Por eso es importante considerar que las intervenciones urbanas a favor de la posmodernidad han resultado en un manifiesto a la destrucción de lo precedido, dado que la vista al pasado resulta una derrota, al no consumir el proyecto urbano moderno como tal.

1.1.4 Ciudad *Collage*

La Ciudad *Collage* en América Latina se ha presentado a partir de la intervención de diversos megaproyectos urbanos que han ido conformando la ciudad en torno a diferentes proyecciones y mercados en la ciudad. Este efecto termina por denominar el referente urbano como parte de un proyecto inacabado, producto de la modernidad tardía.

Collin Rowe y Fred Koetter apuestan por lo que denominan la Ciudad *Collage*, una ciudad cuya variedad determina una nueva identidad, producto de la diversidad cultural. Rechazan las ideas del movimiento moderno, la planificación absoluta, y adoptan el concepto del bricolaje como recurso para conseguir la “utopía” en fragmentos (Amendola 2000).

De acuerdo a Amendola (2000), la ciudad contemporánea se muestra indeterminada, ambigua, como un modelo de referencia eventual que ejemplifica la crisis totalizadora del proyecto urbano moderno. El autor denomina Ciudad *Collage* a aquella que se integra a partir de fragmentos, de trozos de formas, de estilos y de cultura.

De acuerdo a Muxí (2004), la separación de la ciudad hace posible la creación de conjuntos segregados, dando lugar a la dispersión y multi-centralidad, como parte de un ajuste geométrico de las ciudades. Estos modelos urbanos generan un gran valor estratégico y simbólico en las ciudades, lo que las hace visibles en torno a conformarse como emblemas, o bien, símbolos contemporáneos de la urbanización.

La conformación de megaproyectos urbanos cumple con el esquema de crear una ciudad hecha de pedazos, tal como un cuadro que integra fragmentos que entre sí parecieran no tener sentido. En esa lógica, los estudios de los megaproyectos urbanos en

América Latina han cristalizado la problemática relacionada a la multiplicidad de espacios y usos de los complejos de los megaproyectos urbanos.

De acuerdo a Díaz Orueta (2009), el término megaproyecto urbano viene a referir dos tipos de intervención urbana: obras arquitectónicas que dotan de carga simbólica a zonas relegadas de la ciudad, o bien, proyectos más complejos que integran zonas residenciales, comerciales e infraestructura pública, que presentan importantes oportunidades para la colaboración entre el sector público y privado.

Una forma de abordar la Ciudad *Collage* se plantea a partir de analizar sus principales características, tomando como referencia los contextos bajo los cuales se desarrollan los megaproyectos urbanos en torno a la planificación estratégica y el marketing urbano. Esto lleva a considerar no solamente el proceso del hacer ciudad, sino la perspectiva de sus habitantes-consumidores, partiendo de las dimensiones que se analizarán más adelante.

1.2 Contextos de la Ciudad *Collage*

A partir de reconocer la ubicación de la Ciudad *Collage* en el contexto latinoamericano, se han de considerar algunos aspectos centrales que atañen a su condición actual: globalización y competencia urbana, las alternancias entre la planificación estratégica y el marketing urbano, las culturas emergentes y los efectos urbanos. A continuación se analizan cada una de ellas.

1.2.1 Globalización y competencia urbana

La globalización ha representado un proceso de cambio para las ciudades frente a las dinámicas económicas. La competencia urbana ha surgido como una manera de

convertir los sobresaltos en transformaciones urbanas, integrando nuevos escenarios desde diversas perspectivas y propuestas para el mercadeo de la ciudad.

Desde el contexto de la economía capitalista, neoliberal y globalizada, la transformación de las ciudades en sus dimensiones económicas, políticas, sociales, culturales, territoriales; es lo que hoy se impone en el mundo como marco para la reflexión de la ciudad (Valencia 2013). Durante finales del siglo XX, la globalización se ha presentado como una serie compleja de procesos, donde su poder ha traspasado las líneas políticas, sociales y culturales, dando origen a cambios estructurales en las sociedades, con consecuencias como la desigualdad y el riesgo (Giddens 2000).

García Canclini (1999) argumenta que la globalización emerge como un imaginario social que conduce a la circulación cultural homogénea; es decir, busca generar un nuevo orden, donde el mundo es articulado mediante la supresión de las diferencias y las desigualdades. Su poder supone una fuente de acción y práctica humana en la que es posible establecer la especificidad del mundo contemporáneo (Soja 2000), sin embargo es difícil tratar de establecer cuál será su derrotero.

El espacio urbano replicado por la globalización genera modelos de ciudades en donde varía la calidad de acuerdo a la condición política y económica de cada una. Las ciudades se vuelven cada vez más heterogéneas en su morfología. Por consecuencia, sus imágenes y funciones imponen nuevos ritmos, los cuales buscan entrar en la competencia de la globalización como un ancla hacia nuevas oportunidades de vida.

Muxí (2004) plantea tres principales procesos de la globalización en torno a los procesos urbanos:

- a) dominio de la fuerza del mercado y las decisiones empresariales en un mundo-red con nodos principales, generando áreas de privilegio fragmentadas, en todo el planeta;
- b) descompromiso político con la realidad social derivado de un

convencimiento de que la estrategia de mercado resuelve los problemas urbanos, enmascarando las diferencias sociales y la lucha de clases, y c) cambio productivo que deriva en la primacía de la producción de servicios terciarios como fuente primordial de recursos urbanos y en la festivalización de la vida urbana (Muxí, 2004: 9).

De acuerdo a Borja y Castells (1998), la ciudad adquiere un protagonismo en cada uno de los rubros de la vida contemporánea. En ese sentido, su función pasa a privilegiarse bajo la condición de un actor social con dinámicas complejas y multidimensionales, que permite articular administraciones privadas, organizaciones sociales y cívicas, sectores intelectuales y profesionales, y medios de comunicación social.

Cucó I Ginner (2014) en una lectura a Augé (1998) asegura que la ciudad realiza un doble movimiento, en una analogía a la respiración: “la gran ciudad respira al ritmo de la región, del continente y finalmente, hoy en día, de todo el planeta; por un lado, proyecta hacia el exterior bienes, informaciones, individuos e imágenes; por otro, en sentido inverso, atrae otros bienes, otras informaciones, otros individuos y otras imágenes” (Cucó I Ginner, 2014, 82).

La imagen que da la ciudad de ella misma es puramente informativa, constituida por cuadros estadísticos que evocan su demografía, su capacidad de acogida, su dinamismo económico; o una imagen estética, con la que pretende seducir a los turistas y a los inversores. Se proyecta hacia el exterior para atraer hacia el interior las corrientes de las finanzas, la industria, el comercio, el deseo y el placer (Augé 1998).

En esta doble mirada de la ciudad vemos cómo surge, de las consecuencias de la globalización, una creciente competencia entre los procesos de urbanización, conllevando a un gran impulso por saciar las necesidades de diversos grupos como

objetivo. Conjuntar la vida cultural, deportiva, la búsqueda de calidad de vida y satisfacer a los turistas se convierte en un importante reto para las ciudades contemporáneas. Por tal motivo, las ciudades han optado por realizar diversas estrategias en su planificación en donde se buscan escenarios de posicionamiento para las ciudades (Prieto 2011).

Precedo Ledo (1996) señala que la realidad urbana se interpretó a partir de la globalización en términos de competencia entre ciudades y eficiencia en el sistema productivo. Esto propició la asimilación de las ciudades como empresas de alta dirección, con una planificación estratégica urbana imbricada en el desarrollo regional. Lefebvre (1974) plantea que el desarrollo de la vida económica diaria, de la interacción cotidiana, la vida misma de las ciudades se rige por una lógica de producción mercantil capitalista dominada por la búsqueda de la ganancia, que es el motor de crecimiento.

La trama urbana comienza a ser replanteada, dando mayor peso a unas prácticas sobre otras. En este escenario, el estado solo se convierte en regulador de las obras públicas y la gestión territorial, buscando e incentivando siempre la inversión privada. Por ello, es de esperarse que ciertas actividades lleguen a tener mayor presencia dentro de la ciudad, dada la importancia que representan para la opinión de inversores y funcionarios públicos, principalmente.

Lo anterior cobra fuerza debido a que en la gestión de ciudades, estos principios quedan reducidos a una fuerte inversión en estrategias comunicacionales, remodelaciones y ampliaciones de infraestructuras, como formas para fortalecer su oferta entre los diferentes públicos a los que se desea atraer. Procesos de planificación generalmente ajenos a la realidad de la ciudad y, sobre todo, que no responden a las aspiraciones e intereses de sus actores sociales, toda vez que se modelan sin tener en cuenta las expectativas y percepciones de los habitantes y otros públicos.

La creación de un imaginario social y cultural que identifique a las ciudades se convierte en proyectos desde las diversas estrategias de diseño para promover el desarrollo tanto económico como social. También se identifica como una forma del saber gestionar la ciudad y ofrecer sus espacios para prácticas de promoción económica que brinden a su vez una mayor competitividad en cuestión de espacios públicos y turísticos. De tal manera, estamos frente a la proyección de una imagen urbana que pueda ser vista e interpretada de acuerdo a la formulación de una oferta vinculada a los planes de desarrollo local (Rojas y Hernández, 2014).

En ese sentido, “una ciudad competitiva debe tener capacidad de integración socio-cultural para la gran mayoría de la población” (Borja y Castells 1998, 148). La ciudad debe de ser entendida como un proyecto espacial simbiótico y simbólico que marca nuevos retos a las instancias económicas, políticas y culturales, debido a la necesidad de interrelacionarse con otras ciudades. Así, la agenda política urbana busca ya no solo aquel urbanismo desarrollista, vinculado a la ciudad moderna, sino que pasa a un modelo posmoderno en donde genera la gestión selectiva y localizada, de valor estratégico y con una importante significación simbólica.

La competitividad de las ciudades busca acciones que permitan generar diseño de imagen y potenciar los procesos de gestión urbana estratégica que den lugar al fomento a la inversión de capital extranjero y al turismo (Fernández y Paz 2005). Es decir, requieren de la planificación estratégica encaminada al marketing urbano como una forma de operar, y que le permita, mediante su estructura, poder someterse a los sobresaltos del sistema capitalista.

1.2.2 Alternancias entre la planificación estratégica y el marketing urbano

La alternancia entre la planificación estratégica y el marketing urbano se ha presentado como uno de los principales caminos por los cuales han optado las ciudades para tomar curso en su desarrollo y crecimiento frente a la globalización. No obstante, la ciudad ha pasado por ambos periodos, dando continuidad y en algunos casos dejando en el abandono la propuesta urbana.

De acuerdo a Borja y Castells (1998) la ciudad pasa por momentos de promoción y de transformación urbana, campañas de marketing que permiten dar a conocer sus operaciones urbanas y sus principales áreas de promoción central. Es necesario hacer la definición de un proyecto a futuro que consolide las actuaciones y medidas que llevarán a la ciudad imaginaria, esto es, un plan estratégico que permita construir un proyecto de ciudad.

La planificación estratégica es una forma de sistematizar y manejar el cambio. Dentro del plan urbano, se convierte en un proceso creativo que se integra a largo plazo, donde se establece un sistema de toma de decisiones. Impulsa la formulación de indicadores de seguimiento de resultados, involucrando a cada uno de los agentes sociales y económicos relacionados al proceso:

La planificación estratégica de las ciudades requiere una metodología estructurada que resuelva airoosamente tres aspectos conceptuales y operativos: a) la gran incertidumbre creada por el dinamismo del entorno, b) la creciente complejidad de los procesos urbanos, y c) la diversidad de agentes e intereses que intervienen en el desarrollo urbano (Fernández Güell 1997, 57).

La planificación estratégica viene a dar un panorama de certidumbre al proceso de estructuración urbana, permitiendo dar promoción a la ciudad y a sus espacios como parte de un proceso de mercantilización que radica en poner en manos, principalmente

de la iniciativa privada, la capacidad de crecimiento de las ciudades. Para Borja y Castells, “un plan estratégico es la definición de un proyecto de ciudad que unifica diagnósticos, concreta actuaciones públicas y privadas y establece un marco coherente de movilización y de cooperación de los actores sociales urbanos” (1998, 165).

La propuesta de un plan estratégico requiere: “a) vocación expansiva de la ciudad (en curso o como proyecto), b) existencia de actores urbanos que aceptan articulación, d) sensación generalizada de crisis de crecimiento o de pérdida de oportunidades que permite superar los enfrentamientos entre actores relacionados con los conflictos del día a día, y d) liderazgo (unipersonal y compartido)” (Borja y Castells 1998, 166).

La ciudad como tal asumirá el papel de producto, conformada por una serie de atributos tangibles e intangibles, que logran generar ciertos valores en sus habitantes, quienes tienden a crear códigos de identificación que les permiten un grado de satisfacción. La ciudad da un vuelco a presentarse no solo como un lugar en el cual habitar, sino como un punto de referencia y diferenciación de otras sedes urbanas (Sáez Vega y otros 2011).

Así surge la marca de ciudad como una forma de conjuntar las percepciones, contenidos y significados de un espacio en torno a un proyecto de marketing urbano. Así se busca posicionar en un mercado no sólo una forma de identificar la ciudad a partir de una marca, sino todo lo que encierra, como parte de un proyecto urbano que busca dar a conocer su posición dentro del mercado global.

El marketing de ciudad modela un insumo intangible: la imagen. Se trata del punto de vital importancia para las ciudades que desean tener un desempeño socioeconómico exitoso. Como señala Benko (2000), cada colectividad es percibida de manera distinta por su administración, por las empresas y por las otras colectividades.

Posee un número de imágenes que no tienen que ser el fruto de una comunicación pública. Estas imágenes resultan de acciones voluntarias de la historia de la colectividad, pero también del lugar que ocupa el observador, el que percibe tal o cual imagen. Este fenómeno implica para una colectividad local la necesidad de aprehender sus imágenes, comprender cómo es percibida, para poder difundir la imagen que desea y crear a su alrededor un sentimiento de pertenencia (Fernández 2005).

Independientemente de cuál sea la génesis de su concepto, son múltiples las acepciones desarrolladas sobre el marketing urbano. Una de las más representativas es la que se extrae de Friedman (2005), quien lo interpreta como un enfoque gerencial que permite aumentar el grado de conocimiento de la ciudad, desarrollando su imagen con los productos y servicios ofertados por ella, fortaleciendo su situación económica y mejorando la calidad de vida, el empleo y la capacidad competitiva de la ciudad ante turistas y empresarios.

Benko (2000) considera que existen tres aspectos a considerar para el fenómeno del marketing urbano en el contexto global:

A) La mundialización y la ampliación de la competencia. Parte de que los años ochentas y noventas se caracterizaron por un creciente cambio en las relaciones a nivel global, se cristalizó el Estado y tomaron fuerzas los nuevos nodos económicos. La intensificación del crecimiento económico generó procesos que contribuyeron a la configuración de jerarquías urbanas, dando lugar a la diferenciación y la especialización de las ciudades. Las ciudades asumieron ventajas competitivas que dieron lugar a relaciones entre empresas y gobierno, como una forma de redimensionar lo urbano a partir de nuevas formas de gestión. Este fenómeno generó la competencia por nuevas imágenes urbanas que permiten mercadear la ciudad y sus espacios.

B) La puesta en valor de lo local: el desarrollo de las ciudades comienza a integrar las dimensiones tanto de lo local como de global, de una forma de incorporar mecanismos que les permitan lograr una mayor competitividad y reflejo de sus potencialidades en el mercado. En ese sentido, la puesta en valor se logra a partir de generar polos de atracción tanto para la inversión económica como para la visita de turistas, generando espacios ambivalentes que no solo cumplen las funciones de integrarse a la ciudad para el uso y comodidad de los ciudadanos, sino que también buscan darse a conocer para el público en general, con miras alcanzar al público internacional.

C) La rápida evolución de las herramientas de comunicación: la utilización constante de elementos de comunicación en la vida cotidiana ha permitido dar a conocer las diversas condiciones urbanas de diferentes espacios alrededor del mundo. Por tal motivo, la ciudad se convierte en un punto de confluencia de imágenes que logran reivindicar, a partir de la promoción, su lugar dentro del mercado internacional, lo que conduce a la competitividad de las ciudades.

Tomando como referencia a Muxí (2004), se pueden considerar los siguientes cuatro aspectos del marketing en cuanto al contexto urbano. Primero, la arquitectura como reclamo publicitario. Emerge como un *collage* publicitario, dando origen a espacios emblemáticos que conforman una serie de fragmentos seleccionados por el mercado urbano en torno a la ciudad. Los nuevos espacios urbanos cobran sentido desde el consumo y la nueva actitud de los ciudadanos como consumidores. Las pautas de los nuevos centros son marcadas por diferentes intereses y valores que pertenecen a lo global. Segundo, la accesibilidad da lugar a incorporar zonas, espacios mono funcionales dentro del orden de la ciudad. Estos espacios brindan el trazado de comunicación de una ciudad en términos de acceso y conexión. Tercero, la imagen tiene

dos vertientes: una hacia el pasado y otra hacia el futuro. La primera consiste en la nostalgia histórica como valor de cambio; yace en la reutilización y recuperación de áreas históricas para nuevos usos de ocio o empresarial, de modo que lo preexistente se transforma en la imagen de las nuevas relaciones y se mercantiliza la memoria. La segunda vertiente de la imagen tiende a buscar formas de presentar la ciudad como un espectáculo en el que se difunde la modernidad como un apresurado camino hacia los avances tecnológicos: los principales escenarios brindan la sensación de experimentar un espacio atemporal con visión futurista. El cuarto aspecto del marketing en el contexto urbano es el emblema, el cual engloba los elementos con suficiente prestigio como para transformarse en dinamizadores del entorno, haciendo posible la aglutinación de una serie de empresas a su alrededor.

Las estrategias que emergen de la planeación junto al marketing urbano han buscado generar diversos enfoques de la ciudad con el fin de capitalizar cada uno de sus espacios. Esto se suma a las prácticas que se van desarrollando en torno a la producción espacial, las cuales conforman nuevas formas de ofertar y consumir la ciudad.

1.2.3 Culturas emergentes

La cuestión de las culturas emergentes se encuentra ligada a los modelos arquitectónicos que han venido permeando en las formas de vida, a partir de las formas de consumo y estilos de apropiarse del espacio urbano. En este aspecto surge el dilema de lo funcional y lo estético.

De acuerdo con Muxí y Montaner (2011), desde los años sesentas la arquitectura ha enfrentado una crisis disciplinar permanente, en la que los conceptos de modernidad han entrado en círculos viciados y recurrentes, ocasionados por la producción arquitectónica de la sociedad de consumo. Emergen sistemas tecnológicos cualificados,

así como sistemas artesanales, para un sector productivo seriado, cuantificado, del cual la arquitectura no ha logrado superar.

Amendola (2000) plantea que “las ciudades en la postmodernidad son evocadas desde el placer más que desde la funcionalidad. Las modalidades actuales son las más evidentes desde la búsqueda de espacios de consumo, de simulación, lugares de hiperrealidad, parques temáticos, *shopping malls*, e innumerables disneylandias.” (2000, 183).

El mercado inmobiliario ha desplegado una serie de productos que conforman una serie de identidades (González y Torres 2012). La sociedad de consumo ha cobrado forma, conformando culturas que emergen de la selección, la compra de servicios y funciones que va adquiriendo la ciudad, a partir del surgimiento de nuevos espacios que se desprenden de los grandes proyectos.

En torno a la modernidad líquida, Bauman (2004) argumenta que las sociedades se fundamentan en la velocidad de los cambios, el trabajo precario y el continuo incremento de los sectores de exclusión. Muxí y Montaner (2011) hablan de la vida basura, apuntando hacia la obsolescencia programada, lo cual también se relaciona con la vida rápida, superficial y sin calidad, condicionada por el trabajo sin continuidad y mal pagado, urgente, impersonal, descalificado y mecánico.

Bauman (2013), que analiza la sociedad de consumo, señala que la cultura ha experimentado una serie de manifestaciones en torno a la vida de los consumidores. Por eso la competencia comercial se vuelve cada vez más rapaz y fugaz, con el fin de capturar más adeptos, es decir potenciales clientes. Lipovestky establece que “la cultura posmoderna es descentrada y heteróclita, materialista y psi, porticada y discreta, renovada y retro, consumista y ecologista, sofisticada y espontánea, espectacular y creativa; el futuro no tendrá que escoger una de las tendencias, sino que, por el

contrario, desarrollará las lógicas duales, la correspondencia flexible de las antinomias” (2000, 11).

Los efectos de las sociedades de consumo se asumen desde la generación de grandes proyectos urbanos integrando una serie de productos y servicios que en ocasiones invitan a no salir de casa. La vida se vuelve cada vez más sedentaria entre la confirmación de consumos programados, que llevan a integrar sociedades y culturas cada vez más imbricadas por los estilos de vida.

Desde el tema de los estilos de vida, Chaney (1996) señala que la identidad social, la distinción y la diferencia se adhieren a determinados grupos sociales con el fin de materializar las pautas de consumo y de ocio. Esto parte de un sistema de control social que permite dar nuevas significaciones a la vida desde las dinámicas culturales vinculadas al consumo, tales como la mercadotecnia y la publicidad de masas.

Los efectos urbanos se convierten en las adversidades que enfrentan al propio consumista a las consecuencias indeseadas del consumo: la inseguridad, el miedo y el prestigio desmedido, como formas de operar en una sociedad que vive para conformar un estilo de vida, superando las expectativas sociales.

1.2.4 Efectos urbanos

El marketing urbano se presenta como una de las estrategias de planificación urbana que permite dar sentido a los sobresaltos de la globalización. Por lo tanto, es de esperar que surja una serie de aspectos dentro del contexto urbano que lleve a desmitificar la globalización como un proceso totalizador. Existen algunos efectos sociales que se desprenden del marketing urbano en las ciudades del tercer mundo: a) la sobre especialización de ciertas zonas de la ciudad, que conduce a generar una mayor discontinuidad en el trazo urbano; b) marginación y debilitación de otros espacios que

quedan excluidos de los planes de urbanización; c) gentrificación o expulsión de la población asentada en áreas urbanas, consideradas como zonas de oportunidad para inversionistas; d) generación de bolsas de pobreza urbana; e) conflictos de integración cultural y social ante los emergentes cambios urbanos; f) nepotismo; g) fraudes económicos; h) la planificación estratégica se convierte en instrumento del marketing político, entre otros efectos (Precedo Ledo 1996).

La globalización ha logrado germinar una serie de efectos que generan estructuras sociales, económicas y políticas en el territorio. Una de las formas de enfrentar los cambios derivados de la globalización, ha sido principalmente la sobre especialización de las ciudades, con infraestructura y agentes de comunicación que permiten dar a conocer un contexto urbano de competitividad, a partir de tener un rasgo característico en sentido estético, principalmente arquitectónico, que lo diferencia de otras ciudades.

La ciudad pierde su función integradora dado que la especialización de ciertas zonas conduce a la discontinuidad de los proyectos urbanos hacia la marginación y debilitación de otros espacios que quedan fuera de los planes de urbanización. La ciudad busca su rentabilidad mediante sectores. Esto implica la generación de áreas de expulsión o gentrificación de la población asentada en los espacios de la ciudad que se consideran con un valor extra. Por tal motivo, es común observar bolsas de pobreza urbana, conflictos de integración cultural y social, operaciones de renovación urbana, que son pretexto para la especulación, así como agentes políticos y económicos que continúan aplicando una planificación estratégica como instrumento de marketing político y el aprovechamiento de las plusvalías (Precedo Ledo 1996).

Para las ciudades dispuestas a competir mediante el marketing urbano, el poder económico se vuelve indispensable. De acuerdo a Muxí (2004), la ciudad sufre una

tercerización, dado que busca ser un lugar productivo mediante la generación de servicios de diversos tipos y ofertas que garanticen la competitividad de la ciudad en términos de pluralidad. “Grandes proyectos de marketing y propaganda dominan la voluntad social a nivel mundial, sin que importe que se dirijan a sociedades de orígenes y momentos culturales e históricos diversos y distintos” (Muxí 2004, 21). Cada ciudad busca su singularidad teniendo en cuenta la oferta de negocios, ocio y comercio, con el objetivo de posicionarse como atractiva para inversiones globales. No obstante, este hecho termina por hacer que las ciudades sean cada vez más homogéneas.

La consolidación de los megaproyectos se basa en acuerdos económicos y comerciales en los que las esferas culturales son mercantilizadas. Esto genera distanciamiento entre los ciudadanos y su propia visión en torno a la ciudad que desean; sus deseos son arrastrados por el mercado, aunque debe reconocerse que se logran beneficios como la conexión con la economía global, que en ocasiones solo es por sectores de la ciudad.

1.3 Elementos de análisis de la Ciudad *Collage*

La Ciudad *Collage* integra una serie de fragmentos de imágenes que intensifican el paisaje urbano a través de proyectos que buscan encausar el orden en torno a la diversificación de espacios. Su interlocución entre las representaciones e imaginarios la lleva a generar una ciudad que no termina por aterrizar en la realidad, y que se encuentra sujeta a constantes cambios, intervenciones y desafíos respecto a su imagen.

Desde la propuesta de Silva (2013), la ciudad imaginada se presenta como un paradigma del pensamiento que permite hacer la distinción entre la ciudad y lo urbano. Cuando lo urbano excede la visión de la ciudad de los ciudadanos, se representa a través de los modos de vida y la repercusión de los medios visuales como avisos, productos

digitales o señales. La ciudad es marcada mediante particularidades en el espacio físico, que generan una serie de significaciones espacio-temporales que le dan sentido. Tales procesos adyacentes a la urbanización, como la suburbanización y la metropolización, coinciden con lo que Silva (2013) denomina como urbanismos sin ciudad.

Para analizar la Ciudad *Collage* se pueden comprender dos perspectivas. Primero, la ciudad material es aquella que subyace a todas aquellas funciones, estructuras y organización que orientan la planeación urbana, considerando su ubicación dentro del escenario de competencia. Es decir, observa ese mundo físico donde se depositan los objetivos de los principales agentes creadores de lo urbano, sus representaciones sociales. Segundo, debemos analizar la ciudad simbólica en la cual se gestan los sueños y los deseos que han de reproducirse en torno a los imaginarios urbanos, para luego configurarse como representaciones sociales (Armas Díaz 2007).²

Desde este punto de partida, consideramos que la Ciudad *Collage* se integra como un emergente palimpsesto que radica entre lo real y lo simbólico, entre lo físico y lo material, entre la representación y el imaginario. Por ello, se ha de considerar que la Ciudad *Collage* se inserta dentro de las denominadas ciudades imaginadas, incorporando una serie de tácticas de urbanización originadas por la planificación estratégica y el marketing urbano que imperan en la ciudad física (urbanizada), para dar forma a ciertos imaginarios urbanos que se sustentan en las representaciones, en un continuo.

Para el análisis de la Ciudad *Collage* se proponen los siguientes puntos de convergencia y aspectos de los cuales parte la propuesta teórica del presente estudio, con Abric (2000), Silva (2013), Fernández Güell (1997), De Elizagarate (2007) y Precedo Ledo (2010). Así se establecen las siguientes categorías teóricas de análisis:

² La ciudad conjunta tanto representaciones sociales como imaginarios urbanos, que se retroalimentan simultáneamente y generando a su vez límites que resultan difusos, sólo si la construcción teórica de cada concepto es poco operativa conceptualmente.

representaciones e imaginarios urbanos, así como planificación estratégica y marketing urbano; de esto último surgen aspectos como la oferta urbana, la puesta en valor, la comunicación e imagen y el monumentalismo.

1.3.1 Representaciones e imaginarios urbanos

Con el fin de introducirnos a la relación representación-imaginarios urbanos se hace una breve revisión de los conceptos, con el fin de objetivar nuestra propuesta de análisis. Para lograr la construcción de ambos conceptos consideramos la propuesta de Abric (2000) y Silva (2006, 2013), sin antes considerar algunas de las dimensiones de análisis de las representaciones sociales.

Para aproximarnos al tema de representaciones sociales se retoma a Moscovici (1984), que ve sus principios como un *corpus* de conocimientos organizado que permite hacer fáctica la realidad al integrar una serie de intercambios en un grupo social, los cuales liberan elementos como la imaginación (Velásquez Mejía 2013), distinguiendo dos procesos básicos para su formación: la objetivación y el anclaje.

La objetivación se define como una operación formada de imágenes y estructurante del pensamiento. Tiene que ver con la capacidad de hacer concreto lo abstracto, de materializar la palabra, le da sentido de realidad a conceptos no comunes para el sujeto. El proceso de objetivación consta de tres fases: selección y descontextualización de los elementos, la formación del núcleo figurativo y la naturalización. El anclaje implica una integración de la novedad en su fase cognitiva y una interpretación de la realidad, producto de cambios perceptuales que surgen del contacto con nuevas realidades (Campo-Redondo 2009, 45-46).

Las representaciones sociales también pueden ser definidas como un proceso cognitivo que se vale del sujeto y la colectividad, para construir elementos materiales y

simbólicos. Durkheim, desde una dimensión sociológica, formula las representaciones colectivas como parte de conceptos y categorías que contribuyen al bagaje socio-cultural de una sociedad, a través de la coerción vertical (Álvarez 2012).

Abric (2000) plantea las representaciones sociales como un doble sistema. Primero, un sistema central donde se encuentra el núcleo duro de la representación, y un sistema periférico con elementos que lo protegen y facilitan su anclaje a la realidad. Las representaciones sociales son capaces de orientar al individuo dentro de un contexto social y darle sentido de organización y experiencia. Corresponden a un sistema de creencias, valores, ideas y prácticas, cuyas funciones son establecer un orden que capacita a los individuos para orientarse en su mundo social y dominarlo, así como hacer posible la comunicación entre los miembros de una comunidad, proveyéndolos de un código para el intercambio social, para nombrar y clasificar de manera no ambigua los diversos aspectos del mundo individual y social (Moñivas 1994).

El sistema central opera con el objetivo de encontrar sentido a la representación, focalizando núcleos unitarios que contribuyen a su significación y organización. Se constituyen como elementos centrales del pensamiento social que permiten poner en orden la realidad, así como facilitar la realidad vivida por individuos o grupos (Abric 2000). Son formas de sentido común que permiten describir, clasificar y explicar los fenómenos de las realidades cotidianas, con suficiente precisión para que las personas puedan desenvolverse en ellas sin tropezar con demasiados contratiempos. En definitiva, las representaciones sociales parecen constituir mecanismos y fenómenos que son estrictamente indispensables para el desarrollo de la vida en sociedad (Ibáñez 1988, 55).

La condición del núcleo central se encuentra determinada por la condición social del grupo. Responde a cuestiones históricas, sociológicas e ideológicas. Se encuentra

asociado directamente con los principios fundamentales de la representación, otorgando valores y normas a los individuos o los grupos sociales en un sistema social definido (Abric 2000). El sistema periférico se determina de manera más individualizada, partiendo del contexto social. Se asocia a las características individuales, al contexto inmediato o contingente en el cual se encuentran inmersos los individuos. Permite la adaptación o la diferenciación en torno de lo vivido, generando un sistema más flexible que el sistema central, dando lugar a la heterogeneidad de contenidos y de comportamientos (ídem).

Conforma un elemento esencial en la identificación de transformaciones, cambios sociales, además de presentarse como un fuerte indicador de los cambios futuros. Su evolución contribuye a detonar los procesos de evolución de las representaciones y permite indicar cada uno de sus giros, indicando nuevos contenidos emergentes (Abric 2000). Las representaciones sociales se ubican en la interfase de lo psicológico y lo social, concurriendo en la construcción social de la realidad. Desde una dimensión cultural, las representaciones sociales cultivan simbólicamente la naturaleza interior y exterior de la especie humana, haciéndola fructificar en complejos sistemas de signos que organizan, modelan y confieren sentido a la totalidad de las prácticas sociales (Banchs 2000).³

Su relación con el imaginario social se encuentra compuesto por relaciones de imágenes que actúan como memoria afectivo-social de una cultura; contribuyen a conformar el sustrato ideológico de una sociedad. Aquí se pueden identificar diferentes formas de percibir la realidad; sin embargo, serán condensadas en una sola para la colectividad. De esta manera, podrá ser visualizada e interpretada como parte de un

³ De acuerdo con Banchs (2000), existen dos enfoques epistemológicos y ontológicos para las representaciones sociales. El primer enfoque denominado procesual entiende al ser humano como productor de sentidos, en ese sentido, el hombre construye el mundo en el que vive. El segundo enfoque procesual, basado en la propuesta de Abric (1994), radica en cómo las representaciones sociales son un sistema socio-cognitivo y significativo determinado por el contexto.

conjunto (Álvarez 2012). No solo las imágenes emergen como parte del proceso de habitar la ciudad; también la imaginación se encuentra provista por el acontecer internacional y el hacer de las ciudades en otras partes del mundo. Por ello, las redes de producción y comunicación mediático-virtuales se han convertido en una de las principales formas de generar construcciones desde los imaginarios y representaciones de lo que debería ser la ciudad.

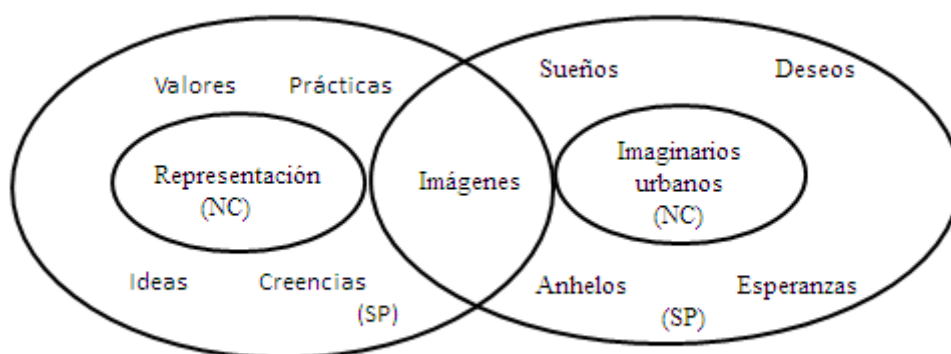
De acuerdo a Gaité (2011), el imaginario es esencial en todas las culturas, por eso contribuye a desplegar un universo de posibilidades en cuanto a la ciudad refiere. Ahora, considerando la globalización como un motor de cambio de nuestra época, tenemos que los imaginarios urbanos se generan en múltiples escalas espaciales que contribuyen a generar rasgos de identidad y representación social para sus ciudadanos y visitantes. Los lugares se convierten en contenedores de tiempo que permiten emerger a las imágenes de lo que actualmente acontece en el espacio, acentuando la vitalidad histórica de los pueblos y sus integrantes.

Silva (2006) plantea la ciudad como un conjunto de símbolos que evocan la elocuencia de vivir y percibir la ciudad bajo las representaciones que permiten reconocer su identidad, mediante los artificios de la moda, la arquitectura, la publicidad, el consumo y, particularmente, los dispositivos mediático-virtuales. En ese juego de combinaciones culturales comienzan a ser efervescentes las principales pulsiones, tales como las representaciones socio-culturales, imaginarios, creencias y visiones compartidas acerca del espacio urbano.

El mismo autor considera en su modelo trídico de encarnación de los imaginarios urbanos, que existen formas en que el imaginario impera sobre la realidad (representación), o bien, la realidad (representación) impera sobre el imaginario, o bien, el imaginario y la realidad (representación) no mantienen relación. Las representaciones

conforman una serie de núcleos centrales que permiten operacionalizar el imaginario en torno a su función, integrando la representación al imaginario a partir de sus sistemas periféricos. Es decir, puede conjuntar un sistema de creencias, valores, ideas e incluso deseos, sueños y anhelos en torno a lo que significa la ciudad para los ciudadanos.

Imagen 2. Núcleo central (NC) y sistema periférico (SP) de representación e imaginarios urbanos.



Fuente: Elaboración propia.

¿Cómo podremos abordar la *Ciudad Collage* desde las representaciones sociales e imaginarios urbanos? Para responder a esta cuestión se busca conjuntar ambas visiones con el fin de poner en claro, primeramente, cuáles son las representaciones sociales que emergen de los megaproyectos urbanos a partir de la configuración de los planes y programas de desarrollo urbano. Mientras en los imaginarios urbanos buscamos encaminarlo hacia la forma en que la ciudad desea proyectarse como parte de una imagen o si bien, un proyecto por cumplirse vinculado a las representaciones sociales emergentes en la ciudad.

1.3.2 Planificación estratégica y marketing urbano

La planificación estratégica y el marketing urbano se entretienen generando una propuesta de ciudad que se refleja en la realidad a partir de un proyecto urbano. Para tener un sentido más amplio de su impacto a nivel social es necesario considerar los siguientes puntos: oferta urbana, puesta en valor, comunicación e imagen y monumentalismo. Se trata de puntos de convergencia que se entrelazan para dar lugar a la Ciudad *Collage*.

1.3.2.1 Oferta urbana

Partiendo de los procesos urbanos actuales en torno a los cuales se gestiona y se regula el hacer de la ciudad, retomamos la oferta urbana como una vía para reconstruir las formas de apertura económica que subyacen a las exigencias del mercado urbano en términos neoliberales. Se vincula la planificación estratégica a partir del mercadeo de zonas específicas de la ciudad, derivadas de los megaproyectos urbanos. Para reconstruirlo se ha de considerar la perspectiva gubernamental, del mercado y de sus ciudadanos, con el fin de identificar las ventajas y las oportunidades que resultan de la oferta urbana a partir de los megaproyectos. Asimismo debe señalarse el tipo de ciudad que se da a conocer, el mercado a la cual va dirigida, así como su principal atractivo urbano.

1.3.2.2 Puesta en valor

Con la puesta en valor se busca identificar el posicionamiento de las ciudades mediante la potencialización de intervenciones urbanas que le permiten incursionar y mantenerse en la competencia. En esa lógica, la planificación estratégica y el marketing juegan con el posicionamiento de los megaproyectos, con el objetivo de posicionarse frente a

capitales inversores. Por este motivo, surgen los megaproyectos como enclaves urbanos que derivan en recomposiciones que van fragmentando la ciudad desde su acontecer económico, político, estético y cultural. Así surge la apuesta a edificios de competencia internacional, la recuperación de espacios emblemáticos, así como la proyección del espacio público como detonadores del turismo, como algunos de los elementos que le permiten dar valor al espacio urbano.

1.3.2.3 Comunicación e imagen

En este aspecto se consideran todos los elementos de comunicación audiovisual que permiten dar difusión a los megaproyectos urbanos. Se retoman las imágenes urbanas que integran la publicidad gubernamental, con el fin de dar a conocer las emergentes formas urbanas. Se busca identificar los elementos urbanos que participan en la construcción de la imagen de la ciudad, tomando como elementos la marca de ciudad, la identidad y la visión urbana de sus habitantes. La marca de ciudad se integra a partir de la identificación de los elementos que integran la marca de ciudad, particularizando en la operación del marketing urbano, con el fin de fomentar la puesta en valor. Se busca identificar la distinción de imágenes que representan mejor a la ciudad.

La identidad urbana busca integrar las representaciones que se integran a la cultura local como agentes de promoción de la ciudad. Su objetivo es identificar aquellos espacios que brindan un soporte histórico y turístico para el entorno urbano, con el fin de consolidar nuevas formas de apropiación de imágenes. La visión urbana consta en conjuntar aquellas perspectivas en torno al proyecto de ciudad, identificando aquellos elementos que configuran ciertas imágenes a partir de otros proyectos urbanos aledaños o más recientes. Es decir, desde la perspectiva de los habitantes se busca dar a

conocer aquellos imaginarios que se configuran desde los anhelos y esperanzas de construir una ciudad diferente o parecida a la que más les gusta.

1.3.2.4 Monumentalismo

Consiste en identificar las obras, básicamente edificios, considerados como emblemáticos, que emergen a partir de los megaproyectos. En ese sentido, se considera su influencia en la morfología urbana mediante la integración y el despliegue de zonas que se posicionan como anclas para el desarrollo económico de las ciudades.

El monumentalismo se encuentra sujeto a la periodización de los megaproyectos, así como a las propuestas de cada gobierno en turno, dando lugar a obras que vienen a representarse en la escena urbana como elementos distintivos de su administración.

En suma, la Ciudad *Collage* parte de aquellas representaciones e imaginarios en torno a lo urbano que emergen en torno a la aplicación de planes estratégicos y marketing urbano, generando una serie de consecuencias urbanas medibles a partir de la situación que viven los ciudadanos-consumidores. Resulta necesaria su observación desde dimensiones de análisis que permitan precisar aquellas cuestiones que emergen no sólo de la complejidad urbana, sino que se vinculan a la vida en la ciudad.

El proyecto urbano posmoderno ha ido dejando una emergente forma de concebir el espacio a partir de la multiplicidad de funciones (espacios de consumo, ocio y residenciales). Para el caso latinoamericano, la fragmentación ha derivado de la difusión de las estrategias constructivas y de desarrollo urbano, principalmente emergentes del imaginario americano.

Desde la planificación estratégica y el marketing, la ciudad comienza a representar nuevas dimensiones para el espacio, desde su consumo. Por eso, las

intervenciones urbanas se presentan como una forma de dar el salto a la economía global de las ciudades altamente competitivas.

Las representaciones e imaginarios urbanos son una vía para acceder a las formas en las que se construye el espacio y sus principales efectos. Por lo cual, es necesario redimensionar el análisis de las ciudades considerando su oferta urbana, su puesta en valor, la comunicación e imagen, así como el monumentalismo.

Capítulo II. Metodología

El estudio de caso se presenta como una estrategia metodológica que busca contribuir al análisis sistemático de procesos sociales, políticas y acontecimientos mediante la recuperación de información en términos cuantitativos y cualitativos. Su objetivo radica en describir y diagnosticar una problemática social desde las dimensiones de análisis que ofrece la teoría, contrastando sus alcances con los hallazgos que ofrece el caso de estudio.

Para el siguiente estudio se han de considerar las representaciones e imaginarios urbanos desde el estudio de caso, a partir de las propuestas de Yin (1994), Stake (1998), Bizquerra Alzina (2004), Balcazar Nava y otros (2006), Simons (2009) y Venesson (2013). A continuación se presenta el estudio de caso, sus principales estudios y abordajes, así como el planteamiento metodológico y sus hallazgos desde la experiencia de investigación de los megaproyectos urbanos en Hermosillo, Sonora, en el periodo (2004-2015).

2.1 Estudio de caso

Los orígenes de los estudios de caso se remontan a finales del siglo XIX, mientras que las primeras aportaciones relacionadas con los procesos urbanos desde su dimensión cultural se vinculan a la Escuela de Sociología de Chicago de los años veinte y treinta. Los estudios de caso se han presentado con diversos objetivos, características y resultados, para contribuir al conocimiento científico social, su papel en el desarrollo de la teoría y las maneras en las que se realizan, se debaten con regularidad (Venesson 2013).

El estudio de caso surge de la particularidad y complejidad de un caso singular para llegar a comprender su actividad en determinadas circunstancias. Destacan las diferencias sutiles, la secuencia de los acontecimientos en su contexto y la globalidad de

las situaciones personales (Stake 1998). Se presenta como un método utilizado en diferentes situaciones, contribuyendo al conocimiento individual, grupal, organizacional, social y político. Sus contribuciones responden a la investigación psicológica, sociología, política, antropología, trabajo social, negocios, educación y estudios de comunidad (Yin 2009). Existen diversas formas que permiten una mayor amplitud de explicación para procesos, políticas y acontecimientos (Simons 2009).

También se presenta como un estudio holístico dentro de la investigación cualitativa. Está dedicado particularmente para describir y diagnosticar desde el análisis del problema, la determinación de un método de análisis o discusión teórica, así como, la determinación de alternativas o cursos de acción para la toma de decisiones (Balcazar Nava y otros 2006). Es un método que permite un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de un fenómeno. Sigue una vía metodológica común a la etnografía, a partir de buscar como finalidad el funcionamiento de todas las partes del caso, dando como resultado niveles explicativos de las relaciones causales entre ellas (Bizquerra Alzina 2004).

El estudio de caso puede ser simple o múltiple. En cuanto al diseño de investigación, deberá contener la recolección de datos, análisis e interpretación, triangulación y la redacción del informe final (Balcazar Nava y otros 2006). De acuerdo a Yin (1994), se integra a partir del diseño del protocolo del estudio de caso, la conducción del estudio de caso, el análisis de las evidencias del estudio y, por último, el desarrollo de conclusiones, recomendaciones e implicaciones basadas en la evidencia.

Stake (1998) plantea considerar para el diseño, la selección de los casos, las preguntas de investigación como punto de partida para la estructura conceptual, así como la naturaleza de la investigación cualitativa a partir de la recolección de datos, el análisis y la interpretación.

En particular, los casos de estudio para los imaginarios urbanos se han encontrado principalmente vinculados a los trabajos de Armando Silva. Su propuesta apunta hacia la identificación del estudio de caso desde la dimensión espacial (Imaginarios: el asombro social, 2013), dando una serie de pautas metodológicas que permiten organizar las representaciones e imaginarios de una ciudad.

Es importante señalar que Silva (2003) ha dado lugar a corrientes metodológicas para los imaginarios urbanos por medio de formas de identificar, describir y explicar el estudio de caso. En ese sentido, resulta necesario posicionar el estudio de caso frente a la metodología, como una forma de dar a conocer las condiciones que delimitan el orden urbano. En esa lógica, retomamos el caso de estudio de Hermosillo, Sonora en el periodo (2004-2015) en torno a los tres megaproyectos urbanos; Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste desde las representaciones e imaginarios urbanos.

2.2 Estudios y abordajes

Los estudios de caso vinculados a las representaciones e imaginarios sociales han buscado contribuir al análisis de la construcción social de la realidad desde diversas posturas temáticas. En cuanto a los estudios urbanos, la metodología se encuentra planteada como un recurso que indica el análisis como tal. Por otro lado, surgen propuestas en las que la aplicación del estudio de caso se pondera como principal punto de partida para el abordaje.

Silva (1992) plantea el estudio de caso como una propuesta metodológica para los imaginarios urbanos. Analiza algunas de las ciudades emblemáticas hispanoamericanas como Bogotá, Santiago, Montevideo, Quito, Barcelona, Buenos Aires y La Paz, planteando herramientas metodológicas, como el registro visual de

fotografías, grafitis y croquis urbanos, las cuales han sido empleadas como estrategias representativas de la colectividad urbana. Desde la perspectiva cualitativa, los trabajos de Silva (1992) aplicaron una serie de encuestas y entrevistas abiertas para cada caso, en las que fue necesario identificar la experiencia del ciudadano a partir de la evocación y el uso del espacio urbano.

Existen algunos trabajos que, en el tema de representaciones e imaginarios urbanos han colocado el estudio de caso dentro de sus metodologías. Se parte de las propuestas de Pallini (2002), Rodríguez Rodríguez (2014), Moreno Murrieta (2015) y Santillán Cornejo (2015), con el fin de exponer sus objetivos, esquemas teóricos, seguimiento y sus principales hallazgos empíricos.

El estudio de Pallini (2002) plantea la construcción social de la realidad urbana a partir de los imaginarios y representaciones urbanas generadas por los ciudadanos, en torno a las diversas formas de apropiación y participación en el espacio público. Este teórico busca responder qué significa ser ciudadano en Buenos Aires hoy y en el marco de relación global-local. Sugiere el estudio de la emergencia simbólica del lugar a partir de los discursos y las prácticas en el escenario público, con el fin de evaluar los ejes que dan sentido al imaginario social (Pallini 2002). Sus propuestas teóricas se encuentran ligadas a las de Silva (1992), para quien la ciudad es un lugar de acontecimientos culturales con recreaciones escenarios del imaginario.

Pallini (2002) plantea un enfoque cualitativo sin abandonar aquellos aspectos cuantitativos que permiten enfatizar el registro de los imaginarios urbanos, considerando que la ciudad no sólo depende de cuestiones objetivas, sino que opera en los diversos sujetos que la imaginan. Entre los hallazgos metodológicos, el autor considera que su trabajo aún se encuentra en fase de análisis. Aun así, logra generar

categorías de análisis y partir al cruce fijo de las cualidades generalizadas para cada una de las preguntas formuladas.

Rodríguez Rodríguez (2014) retoma los imaginarios urbanos de Tunja, en los que queda implícito el estudio de caso. De esta manera, busca la identificación de las diferentes características relacionadas con las múltiples percepciones del ciudadano, su conocimiento de la ciudad y la construcción de la imagen misma.

El autor recurre a Bazant (2008) para aplicar mapas cognitivos, con el objetivo de conocer los diferentes niveles de conocimiento, apropiación y preferencias de la ciudad de Tunja. Se identificaron los elementos de la ciudad de acuerdo a los planteamientos de Lynch (1984). De la misma manera, la investigación se realizó desde el corte cualitativo con la aplicación de cuestionarios. La herramienta dejaba un espacio para dibujar la ciudad de acuerdo a sus preferencias, recuerdos y discurrir diario. La información fue estructurada en fichas tipológicas permitiendo un mejor manejo de los datos. Dados los alcances de la investigación, se pudieron establecer categorías de conocimiento, percepción e imaginación, jerarquías de lugares y tipologías de los mapas. El estudio permitió el abordaje de la ciudad desde escenarios planteados por los habitantes y su nivel de conocimiento.

Moreno Murrieta (2015) plantea la postura del estudio de caso al especificar la condición de Ciudad Juárez, dando lugar a identificar los procesos de movilidad urbana de actores que presentan una discapacidad física, así como sus visiones de habitar la ciudad a partir de los indicadores de adaptación a través de la construcción de significados; esto, para visualizar experiencias en torno al imaginario del lugar. La propuesta teórica de análisis se concentró en reflexiones teóricas de los imaginarios y su enlace con la movilidad urbana, siendo Ciudad Juárez el escenario espacial y de construcción de los lugares y experiencias de los actores con relación a la movilidad

urbana. Moreno Murrieta (2015) propone como herramienta metodológica la entrevista, dando lugar a la creación de grupos de actores según la tipología de discapacidad.

El hallazgo en cuanto al análisis permitió identificar las relaciones de los imaginarios en la movilidad urbana a partir de actores, género, relación con la movilidad, significados e imaginarios. A su vez, permitió identificar la movilidad urbana y percepción del medio donde habitan los actores.

Santillán Cornejo (2015) presenta la aplicación conceptual y metodológica de imaginarios urbanos de un estudio de caso sobre la ciudad de Quito, como herramienta para comprender la segregación socio-espacial que la ha caracterizado. El autor retoma la propuesta teórica de Silva (2004), problematizando la referencia permanente a la ciudad física, que deja de lado la ciudad de los ciudadanos, a lo que él llama “la ciudad imaginada”. La propuesta metodológica parte de la encuesta-entrevista de los imaginarios urbanos aplicada por Silva (2004), retomando la técnica de asociación libre. Los datos muestran la vigencia de la percepción entre las zonas de la ciudad, asociaciones de las palabras que las caracterizan y la caracterización de la población de cada una de las zonas que reside.

Los estudios en torno a las representaciones e imaginarios urbanos se encuentran hacia la búsqueda de metodologías que sustenten el discurso analítico. En ese sentido, es importante repensar en nuevas posibilidades para configurar estrategias que apunten a integrar técnicas y formas de análisis que permitan una mejor recuperación de la información adquirida en el campo social.

2.3 Planteamiento metodológico

La propuesta metodológica parte del estudio de caso para las representaciones e imaginarios urbanos. Se integra las técnicas de recolección de datos mixtas a partir de

observación, revisión documental, entrevista semiestructurada y la creación de mapas temáticos geoestadísticos. El proceso de análisis se instrumenta desde la codificación por medio de teoría fundamentada. El estudio se plantea en tres fases. La primera consiste en identificar las condiciones urbanas que han prevalecido en Hermosillo, Sonora, en el periodo (2004-2015) originados por los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste. La segunda plantea la descripción e interpretación de la planificación estratégica y el marketing urbano, partiendo de los siguientes ejes de análisis: oferta urbana, puesta en valor, comunicación e imagen, monumentalismo y accesibilidad. La oferta urbana emerge a partir desde la perspectiva de Muxí (2004) y Amendola (2008), tomando como referencia aquellos procesos urbanos que ejercen la atracción de capitales mediante modelos de urbanización de competencia global. En ese sentido, la fragmentación urbana se hace presente desde los flujos económicos que van dando lugar a islas de riqueza dentro del esquema urbano.

La puesta en valor surge de la revisión de Muxí (2004) y Muxí y Montaner (2011), vinculada al desarrollo de las estrategias mercadológicas que surgen desde las esferas políticas, con el fin de dar a conocer las dimensiones, los intereses y los alcances de una ciudad, fomentando la imagen urbana como principal medio para la creación de una marca-ciudad. Los autores, buscan analizar las recomposiciones urbanas derivadas de los procesos económicos desde una mirada política y estética, que busca ejemplificar las intervenciones urbanas como elementos de distinción para una ciudad.

Por otro lado, la comunicación e imagen emergen nuevamente de Muxí (2004) y Duhau y Giglia (2016), que visualizan la ciudad como una interacción de imágenes que se integran desde la globalización, en diversos nichos urbanos. Los grandes proyectos

son producto de un proceso de marketing que va gestionando los modelos de ciudad acorde a las competencias del mercado.

El monumentalismo se presenta en Amendola (2008) como un recurso de la planificación estratégica al momento de hacer efectiva su magnificencia por medio de los megaproyectos urbanos. Son una serie de recursos arquitectónicos que operan en la ciudad, brindando nuevos significados y formas al espacio.

Se plantea la explicación de las representaciones e imaginarios que conduce a los procesos globales económicos de la urbanización en función de los megaproyectos. Se plantea ofrecer un marco de análisis que permita interpretar cómo ideas, creencias, valores e imágenes permean la ciudad a partir de la simulación económica.

2.3.1 Identificación

La identificación de las representaciones busca dar a conocer la posición social, las relaciones sociales, los valores y las creencias compartidas que se vinculan a los imaginarios urbanos. Se retoman diversas fuentes de información, las cuáles a continuación se desglosan en los siguientes puntos:

- Fuentes primarias: periódicos, blogs, páginas oficiales del gobierno estatal y municipal, anteproyectos de megaproyectos urbanos, revistas de publicidad económica local e inmobiliaria.
- Fuentes secundarias: libros históricos e investigaciones previas en torno al desarrollo urbano de Hermosillo.
- Recursos digitales: videos promocionales de los megaproyectos urbanos Hermosillo Vado del Río (2004-2009) y Plan Maestro Puerta Oeste (2010-2015).

- Observación del caso: Se busca identificar aquellos aspectos que contribuyen a identificar la problemática desde la dimensión analítica de los aspectos teóricos señalados, dando la oportunidad de ejemplificar los hechos sociales mediante la experiencia y la aportación de los informantes.

Para lograr la identificación de las representaciones e imaginarios urbanos, es necesario organizar las fuentes de información, tanto primarias como secundarias, así como la observación del caso de estudio en torno a los antecedentes de la evolución política urbana y su influencia en la morfología de la ciudad. Así se pone en evidencia que cada una de las etapas no son determinantes en la integración de megaproyectos para la ciudad de Hermosillo; por tal motivo se presentan como un referente histórico que permite dar continuidad e identificar algunos de los proyectos más importantes.

2.3.2 Descripción

La descripción se plantea partiendo de la planificación estratégica y el marketing urbano. Se parte de los siguientes ejes de análisis: oferta urbana, puesta en valor, comunicación e imagen, monumentalismo y accesibilidad. Como elementos de la descripción, se parte de información de fuentes primarias y secundarias, observación del caso, entrevista semiestructurada y mapas temáticos geoestadísticos.

Entrevista semiestructurada y abierta

La entrevista no solo muestra la vida cotidiana, un acontecimiento, un hecho social, sino que también propone criterios de valorización e identificación que postulan un orden deseable para la interpretación de la realidad (Arfuch 2010). De esta manera, a través de la entrevista se busca hacer un recorte de la realidad..

Se plantearon 25 entrevistas para conformar la muestra, de las cuales se aplicaron 15 a habitantes locales en el periodo de febrero a mayo de 2016. En una segunda fase se aplicaron 10 entrevistas semiestructuradas a habitantes locales en los periodos de junio a agosto de 2016, aunado a la aplicación de cinco entrevistas abiertas a funcionarios públicos y promotores inmobiliarios durante el periodo de septiembre a noviembre de 2016.

La selección de las zonas se realizó de manera aleatoria de acuerdo a las principales colonias y residenciales ubicadas en torno en los megaproyectos de Hermosillo, con el objetivo de identificar posibles informantes en una primera etapa de aplicación de entrevistas. En el cuadro 1 se señalan las zonas y las colonias donde fueron aplicadas las entrevistas semiestructuradas.

Cuadro 1. Zonas de aplicación de entrevistas.

Zona	Residencial/Colonia
Noroeste (Bulevar Morelos Norte)	Residencial Banus Residencial Palermo Colonia Cuatro Olivos Colonia Bugambilias Colonia López Portillo Cumbres Residencial Residencial Palermo Residencial Santa Lucía Residencial Toscana
Zona Oeste (Bulevar Luis Donaldo Colosio y Bulevar Quiroga)	Residencial La Rioja Residencial Los Lagos Residencial Corceles (3) Residencial Conquistadores Residencial La Encantada Residencial Villas del Mediterráneo Topacio Residencial
Zona Centro (Bulevar Paseo Río Sonora Centro)	Colonia Centenario Colonia La Matanza Colonia Villa de Seris Colonia Centro Colonia Cerro de la Campana
Zona Noroeste (Bulevar Paso Río Sonora Norte)	Colonia La Verbena (2) Residencial Villa Bonita (2) Residencial Montecarlo

Fuente: Elaboración propia.

Parte de la selección de zonas para la aplicación de entrevistas se realizó en residenciales cerradas, donde uno de los principales obstáculos fueron los mecanismos de seguridad. Se intentó hacer contacto con los presidentes o directivos de asociación de vecinos; sin embargo, la participación se presentó solo por parte de ellos, sin poder incluir a más vecinos. Aunque en una primera etapa la entrevista semiestructurada constaba de 45 reactivos, luego de las correcciones teóricas se extendió a 47 (Observar Anexo 1).

- a) Decisión de compra de vivienda
- b) Cambios a partir del crecimiento urbano
- c) Condiciones de equipamiento en infraestructura de servicios
- d) Principal vía de acceso en Hermosillo
- e) ¿Cuáles son los lugares en la ciudad que no se han considerado en los proyectos urbanos?
- f) Lugar de mayor importancia (social, cívica, recreativa) de la ciudad
- g) Cinco principales lugares de Hermosillo (Enumerar de acuerdo a orden de importancia)

Las entrevistas abiertas solamente fueron aplicadas con la intención de obtener información vinculada a la situación del desarrollo inmobiliario de la ciudad, así como de la administración y gestión de la ciudad desde las esferas políticas y económicas.

Mapas temáticos Los mapas geoestadísticos fueron realizados en Arcmaps (ArcGIS 10.2) de acuerdo a las necesidades de descripción del mismo contenido. No obstante, fueron considerados mapas de geolocalización del objeto de estudio, así como mapas temáticos que muestran la situación de la ciudad a partir de los megaproyectos urbanos.

- Mapas temáticos geoestadísticos
 - Crecimiento de la vivienda.
 - Crecimiento por unidades económicas y sector de especialización.

- Mapa comparativo de crecimiento de la mancha urbana: AGEBS 1990, 2000 y 2010.
- Densidad de población.
- Mapa de localización de Hermosillo
- Mapa de localización de los proyectos a estudiar

2.3.3 Integración

La interpretación parte de las representaciones e imaginarios urbanos, es decir, de las propuestas de Muxí (2004), Amendola (2008), Harvey (2008), Montaner y Muxí (2011) y Duhau y Giglia (2016). También se consideran las propuestas de Strauss y Corbin (2012) para la codificación de significados en torno a ideas, valores, prácticas, creencias e imágenes, a partir de la difusión de la planificación estratégica y el marketing urbano.

Partiendo de Strauss y Corbin (2012), se considera la codificación selectiva como un proceso en el que se integra la teoría para contrastar los hallazgos empíricos con la teoría. La variación de los conceptos se integra a partir del muestreo en la búsqueda de la diversidad y rangos de las propiedades. El punto de saturación teórica se logra a partir de la emergencia de dimensiones o relaciones durante el análisis.

La definición de términos se plantea a partir de generar abstracciones que representan las historias de las personas. Las categorías derivan de la comparación de los datos, generando así categorías, subcategorías, propiedades y dimensiones de análisis. La selección de la categoría central o medular, representa el tema principal de la investigación. Esta deberá aparecer con frecuencia en los datos. Significa que todos los indicadores apunten a tal concepto. Es así como la explicación se desarrollará a partir de relacionar las categorías. La refinación analítica de los conceptos se logra a partir de la integración, y es así como la teoría crece en profundidad y poder explicativo.

El concepto podrá explicar variaciones de los fenómenos, así como explicar casos contradictorios a la idea central en nuevos términos (Strauss y Corbin 2012).

Para la presente investigación se considera como categoría central o medular la planificación estratégica y el marketing urbano, mediante las representaciones e imaginarios urbanos de la ciudad de Hermosillo. Además se desprenden los siguientes códigos teóricos de la variable central: oferta urbana, puesta en valor, comunicación e imagen, monumentalismo y accesibilidad.

El presente estudio considera la perspectiva teórica de las representaciones sociales de Abric (2000), que parte de retomar el núcleo central y el sistema periférico. También se apoya en el modelo metodológico de Strauss y Corbin (2012), con la codificación selectiva y teórica, así como de Carrero y otros (2012, 69), con el modelo de generalización conceptual y de comparaciones.

Strauss y Corbin (2012) son el punto de partida. La codificación abierta es el punto donde se generan las categorías de análisis y sus propiedades con el fin de buscar su variación en su rango dimensional. En esta primera fase, se plantea retomar aquellos aspectos centrales que corresponden a las categorías de análisis mediante una lectura general de las entrevistas semiestructuradas y abiertas, comenzando a generar ciertas propiedades que permitan particularizar en cuestión teórica, es decir hacia la codificación selectiva-teórica.

Los pasos realizados hacia la codificación abierta se realizaron mediante una lectura de las entrevistas a profundidad, con el fin de identificar aquellos aspectos vinculados con la teoría desde una manera general. Las categorías de análisis y sus propiedades fueron dando lugar a la vinculación con los conceptos centrales teóricos, generando las variables centrales para la codificación selectiva-teórica. Esto permitió en algunos casos identificar la complejidad de las respuestas, la diversidad de informantes, determinar la capacidad de reflexión y respuesta, así como someter la teoría a los criterios básicos de ajuste, para su mejor codificación.

El hallazgo de la categoría central es el que guía la recolección de datos y, por lo tanto, el muestreo teórico. El analista busca las condiciones que se relacionan con el proceso central, hasta saturar la categoría. Por este motivo permite integrar todas las relaciones, centrando la investigación, al mismo tiempo que se manifiestan las necesidades para el muestreo teórico (Carrero y otros 2012). Para este caso, las categorías de análisis se retoman del formato de entrevista que subyace al marco teórico. Las categorías de análisis se retoman del marco teórico integrado a partir de las propuestas de Muxí (2004), Amendola (2008), Montaner y Muxí (2011) y Duhau y Giglia 2016 (Ver Cuadro 2).

La codificación selectiva es el proceso que guía al investigador en la selección de un código como variable central. Una vez que se produce dicha identificación cesa el proceso de codificación abierta, con lo que la codificación selectiva se realiza en torno a la categoría central, delimita la codificación solo de aquellas variables que se relacionan de manera significativa con dicha categoría (Carrero y otros 2012).

De acuerdo a Strauss y Corbin (2002), el proceso de construir remite al analista a convertir los conceptos en afirmaciones de relación causal, que permiten explicar de una forma general la realidad social. Por otro lado, la codificación teórica es el proceso que permite establecer como hipótesis aquellas relaciones y conexiones existentes entre los códigos sustantivos y las propiedades, las cuales serán posteriormente integradas en una explicación teórica (Carrero y otros 2012, 49) (Ver Cuadro 3).

Cuadro 2. Identificación de categorías centrales de análisis

Categorías
- Oferta urbana
- Puesta en valor
- Comunicación e imagen
- Monumentalismo

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Proceso de codificación selectiva teórica.

1 Oferta urbana
Tipo de ciudad ofertada
Mercado
Proyecto de ciudad
2 Puesta en valor
MUSAS y Estadio Sonora
Recuperación de espacios emblemáticos
Espacios públicos
Perspectiva ciudadana
3 Comunicación e imagen
Elementos distintivos de la ciudad
Imagen urbana
4 Monumentalismo
Emblemas urbanos (2004-2015)
Crecimiento urbano

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Alcances y hallazgos

Entre los alcances vinculados a la aplicación metodológica del estudio de caso, se busca contrastar la teoría con el objeto de estudio y encontrar la aplicabilidad de los conceptos retomados de la propuesta teórica. En esa lógica, se busca integrar un sistema teórico que permita explicar el estudio de acuerdo a los hallazgos en campo. En este punto surge la posibilidad de poner a prueba los alcances teóricos, con el fin de generar una propuesta subyacente que permita explicar los fenómenos sociales vinculados al estudio de caso.

Capítulo III. Descripción de la zona de estudio: Hermosillo, Sonora.

Hermosillo, capital del Estado de Sonora, México, ha enfrentado una serie de transformaciones urbanas determinadas por la influencia de megaproyectos que provienen de los años noventa. Este hecho vino a develar, con el paso del tiempo, las principales arbitrariedades de la configuración del espacio urbano a favor de la potencialización de la ciudad como punto clave para la inversión y el desarrollo económico, mediante el apoyo de planificación urbana de orden estratégico.

3.1 Ubicación

El Estado de Sonora se encuentra ubicado en la región noroeste de México. Hermosillo es la cabecera del municipio que lleva su mismo nombre y la capital del Estado de Sonora, ubicado en el centro-oeste de la planicie costera, en la región Noroeste de México. Su superficie representa el 8.7 por ciento del Estado de Sonora, con una extensión territorial de 187 mil 600 hectáreas (IMPLAN 2014). Su ubicación se considera estratégica, dada su cercanía con la frontera con Estados Unidos de América, con el puerto marítimo de Guaymas, Sonora, aunado a la red de comunicaciones que han facilitado e incentivado el intercambio comercial entre ambas naciones (Observar Anexo 2).

3.2 Caracterización socio-demográfica urbana

3.2.1 Población

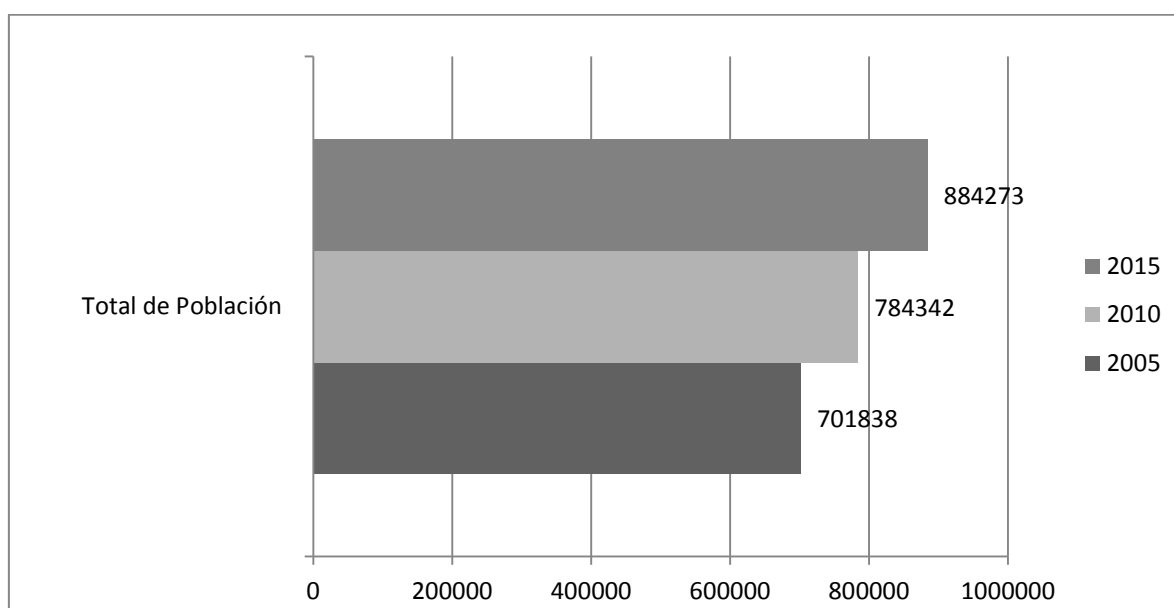
De acuerdo al Censo Intercensal 2015, Hermosillo cuenta con 884 mil 273 habitantes, que representan el 31 por ciento de la población estatal. La relación hombres-mujeres parte de 96.2, es decir 96 hombres por cada 100 mujeres. Con un 49 por ciento de hombres frente a un 51 por ciento de mujeres (INEGI 2016).

Cuadro 4. Evolución poblacional de Hermosillo.

Año	Población total	Hombres	%	Mujeres	%
2005	701 838	349 230	49.8	352 608	50.2
2010	784 342	392 697	50.1	391 645	49.9
2015	884 273	433 294	49	450 979	51

Fuente: INEGI, (2006, 2011, 2016).

Gráfico 1. Evolución poblacional de Hermosillo.



Fuente: INEGI (2006, 2011, 2016).

3.2.2 Vivienda y crecimiento urbano

Hermosillo es el municipio con mayor población en viviendas particulares habitadas, con 257 mil 694, presentando el 31 por ciento de la población con respecto al Estado de Sonora. Hermosillo mantuvo una tasa de crecimiento anual de 2.8 por ciento, con respecto al periodo 2010-2015 (INEGI 2016). De acuerdo a las cifras presentadas por el IMPLAN en 2014, Hermosillo ha generado un crecimiento poblacional que ha contribuido a la baja en la densidad bruta, principalmente en el centro de población.

Esto implica que la estructura urbana ocupada ha crecido a mayor velocidad que la población, a partir de la creación de colonias y fraccionamientos en las periferias, alejándose de la zona urbana ocupada, generando así una cantidad importante de lotes baldíos (IMPLAN 2014).

Cuadro 5 Comparativo y proyección de superficie urbana, población y densidad en Hermosillo.

Año	Superficie (Hectáreas)	Población (Habitantes)	Densidad (Hab. / Ha.)
1900	107.24960	10, 613	98.96
1930	198.88146	19,959	100.36
1950	906.76112	43,516	47.99
1960	2,544.67105	95,596	37.72
1970	2,995.45063	176,596	58.95
1980	4,383.70809	297,175	67.79
1990	8,691.02604	406,417	46.76
2000	13, 991.60720	545,928	39.02
2010	16,500.94987	792,834	48.05
2020	19,460.33380	916,825	47.11
2030	22,950.47222	1,006,599	43.86

Fuente: IMPLAN 2014.

El crecimiento urbano de la ciudad de Hermosillo ha derivado de varios procesos, tanto económicos como sociales, generados a partir de la necesidad de aumentar las zonas urbanizadas. Este fenómeno se ha impulsado por la búsqueda de zonas periféricas para el crecimiento urbano, implicando el alto costo y la privatización en los servicios públicos de estos nuevos desarrollos. En el Cuadro 6 se muestra la secuencia histórica de la extensión de la mancha urbana.

Cuadro 6. Dinámicas de crecimiento territorial urbanizado en Hermosillo.

Año	Superficie por Hectáreas	Porcentaje
1900	212.11	
1930	290.92	37%
1950	852.54	193%
1960	2,119.42	149%
1970	3,033.89	43%
1980	4,811.51	59%
1990	7,421.85	54%
2000	14,015.39	89%
2011	17 586.06	25%
2014	31 736.75	800.65%

Fuente: IMPLAN 2016.

3.3 Caracterización económica

Entre las principales actividades económicas que destacan en el Municipio de Hermosillo, se reconocen la industria, ganadería, pesca, comercio y, recientemente, la industria aeroespacial, misma que ha crecido en los últimos años. No obstante, según la información económica de los Censos Económicos 2014 del INEGI, las principales actividades económicas de la ciudad se vinculan a comercios, servicios, manufacturas y otras no especificadas.

Hermosillo contribuye a la producción bruta total estatal con el 53.6 por ciento, colocándose en primer lugar frente a los demás municipios de Sonora. De la misma manera, su participación de unidades económicas se registra con el 31.7 por ciento respecto al estado. La participación porcentual de personal ocupado según actividad se desgrega en 26.45 por ciento en el sector manufacturero, 37.3 por ciento en el sector comercio, 42.6 en el sector servicios y 33 por ciento en otras actividades, sumando 619 mil 690 personas contratadas en las diversas actividades económicas (INEGI 2014).

Cuadro 7. Caracterización económica de Hermosillo.

Unidades económicas	28,712 Unidades
Personas ocupadas	218,513 Personas
Remuneraciones	14,028,153 Mil pesos
Producto bruto total	235,895,508 Mil pesos
Activos fijos	43,224,003 Mil pesos
Personas ocupadas por unidad económica	8 Personas
Remuneración por persona	99 Mil pesos
Producción bruta total por establecimiento	8,216 Mil pesos

Fuente: INEGI 2014

A continuación, se presenta la información desagregada para el municipio de Hermosillo, de acuerdo a cada una de las actividades económicas por orden de importancia: manufacturas, servicios, comercios, y otras.

Cuadro 8. Actividades económicas en Hermosillo, Sonora.

Actividades Económicas (Porcentajes respecto al Estado)	
Manufacturas	36.9%
Servicios	32.4%
Otras	30.4%
Comercio	29.6%

Fuente: INEGI 2014

El sector manufacturero de Hermosillo ocupa el primer lugar con respecto al resto de Sonora, con un 36.9 por ciento de participación. Se integra a partir de 3 mil 856 unidades económicas, ocupando a 46 mil 454 personas, con remuneraciones de 4 880 119 mil pesos y con una producción bruta total de 183 millones 41 mil 477 pesos. Se consideran 12 personas ocupadas por cada unidad económica, con remuneraciones por persona de 163 mil pesos. Su participación porcentual en la entidad es de 36.9 por ciento, con el 26.4 por ciento de personal ocupado, remuneraciones del 28.1 por ciento, una producción bruta total de 65.9 y con activos fijos de 25.8 por ciento.

Cuadro 9. Sector Manufacturero en Hermosillo.

Unidades económicas	3,856
Personas ocupadas	46,454
Remuneraciones	4,880.119
Producto Bruto Total	183,041.477
Activos Fijos	13,707.073
Personas ocupadas por unidad económica	12
Remuneración por persona	163
Producción Bruta Total por Establecimiento	47,469

Fuente: INEGI 2014.

En el sector de servicios Hermosillo también ocupa el primer lugar de participación en el estado, con un 32.4 por ciento. Sus Unidades Económicas son de 12 mil 640, con un personal ocupado de 82 mil 446 personas, con remuneraciones de 4 526 228 mil pesos, generando una producción total de 17 907 151 mil pesos. Se consideran siete personas ocupadas por cada unidad económica, con remuneraciones por persona de 80 mil pesos. En porcentajes representa el 32.4 por ciento de participación a partir de sus unidades económicas, el 42.6 de personal ocupado, el 49.8% de personal ocupado, el 48.6 por ciento de producción total bruta y el 49.8 por ciento en activos fijos, de acuerdo al Censo Económico 2014.

Cuadro 10. Sector Servicios en Hermosillo.

Unidades económicas	12, 640
Personas ocupadas	82,446
Remuneraciones	4,526.228
Producto Bruto Total	17,967.151
Activos Fijos	10,442.547
Personas ocupadas por unidad económica	7
Remuneración por persona	80
Producción Bruta Total por Establecimiento	1,147

Fuente: INEGI 2014.

De acuerdo al Censo Económico 2014 generado por INEGI, Hermosillo integra sus actividades económicas con el 29.6 por ciento vinculadas al sector comercio, ocupando el primer lugar en la Entidad Federativa. Se identifican un total de 11 mil 208 unidades económicas, las cuales ocupan a 60 mil 814 personas, que alcanzan remuneraciones totales de 2 886 863 mil pesos, generando una producción bruta total de 20 617 620 mil pesos. Se consideran cinco personas ocupadas por unidad económica, con remuneraciones por persona 84 mil pesos. Su participación porcentual se ubica en el 29.6 por ciento de unidades económicas frente al total del municipio de Hermosillo, generando un 37.3 por ciento de personal ocupado, remuneraciones del 43.7 por ciento, una producción bruta total del 40.8 por ciento y activos fijos que representan el 39.2 por ciento (INEGI 2014).

Cuadro 11. Sector Comercio en Hermosillo.

Unidades económicas	11,208
Personas ocupadas	60,814
Remuneraciones	2,886.863
Producto Bruto Total	20,617.620
Activos Fijos	10,487.354
Personas ocupadas por unidad económica	5
Remuneración por persona	84
Producción Bruta Total por Establecimiento	1 840

Fuente: INEGI 2014.

Con respecto a otras actividades no especificadas, como se mencionaba anteriormente, Hermosillo también está en el primer lugar de participación con respecto a la entidad, con el 30.4 por ciento, generando unidades económicas de 1 008, con un personal ocupado de 28 mil 799 personas, con remuneraciones de 1 734 943 mil pesos y con una producción bruta total de 14 329 260 mil pesos. Por cada unidad económica se encuentran ocupadas 29 personas, con remuneraciones por persona de 83 mil pesos.

Su participación porcentual se sitúa con el 30.4 por ciento, a partir de sus unidades económicas, con un personal ocupado del 33 por ciento, remuneraciones del 28.4 por ciento, una producción bruta total del 19.2 por ciento y con activos fijos de 13.7 por ciento.

Cuadro 12. Otras actividades económicas en Hermosillo.

Unidades económicas	1,008
Personas ocupadas	28,799
Remuneraciones	1,734,943
Producto Bruto Total	14,329.260
Activos Fijos	8,587.029
Personas ocupadas por unidad económica	29
Remuneración por persona	83
Producción Bruta Total por Establecimiento	14,216

Fuente: INEGI 2014.

3.4 Antecedentes de los megaproyectos urbanos en Hermosillo

La ciudad de Hermosillo ha experimentado una serie de procesos urbanos generados a partir principalmente del discurso político, enfocado a la promoción de capitales en la iniciativa privada. Una de las formas tentativas de llamar a la planificación que comienza a consolidar los espacios es nombrarla como la ciudad de los megaproyectos urbanos (Méndez 2000).

La conformación del espacio urbano en la actualidad ha trascendido a los primeros diseños que se insertaron en la ciudad bajo una lógica de urbanización y promoción inmobiliaria. A su vez, es importante reconocer los procesos actuales de metropolización, que apuntan a una ciudad más dispersa y fragmentada.

Desde la década de 1980 se habla de la necesidad de vender la ciudad. Una expresión que quedaría en lo extraño si no la ligáramos con la apertura del

financiamiento y del capital hacia el resto del mundo, interviniendo desde las leyes constitucionales hasta los reglamentos urbanos. De la organización de las redes de producción cambiarían la fisionomía de la ciudad y los rubros de inversión pública, con decisiones tomadas en sitios alejados de la ciudad por encima de las necesidades cotidianas de los habitantes (Uribe García 2010).

Los procesos de modernización urbana para Hermosillo comenzaron a evidenciarse a partir del crecimiento demográfico, que generó una creciente demanda de servicios públicos, equipamientos, así como la asignación de recursos para el principio de grandes obras de construcción (Martínez Rascón 1997).

De acuerdo a Enríquez Acosta (2002), para los años ochenta la mancha urbana de Hermosillo había duplicado su tamaño respecto a 1960 y casi triplicó su población, generando una serie de demandas, particularmente de vivienda y de accesos vehiculares, aunada a la complejidad de los procesos de especulación del suelo en zonas del norte y noroeste de la ciudad.

Por otro lado, en verano de 1983, por primera vez en la historia de la Presa Abelardo L. Rodríguez, sus aguas fueron vertidas luego de 35 años de permanecer seca. Hermosillo comenzó a presentar ciertas problemáticas urbanas derivadas de su morfología. Una de las características más representativas de la ciudad es el cauce del Río Sonora, ubicado en el centro de la ciudad, dicho río se había convertido en una inminente amenaza para la población, dado su posible desbordamiento, lo que podía causar inundación en varias colonias aledañas. Asimismo, en tiempos de lluvias la creciente del río imposibilitaba el tránsito entre el norte y sur de la ciudad. Esta condición había generado un mayor crecimiento hacia el norte, dejando el sur como una zona popular, con poco abastecimiento en servicios públicos (Méndez 2000). La ciudad asumía retos económicos importantes tales como el establecimiento de la planta Ford

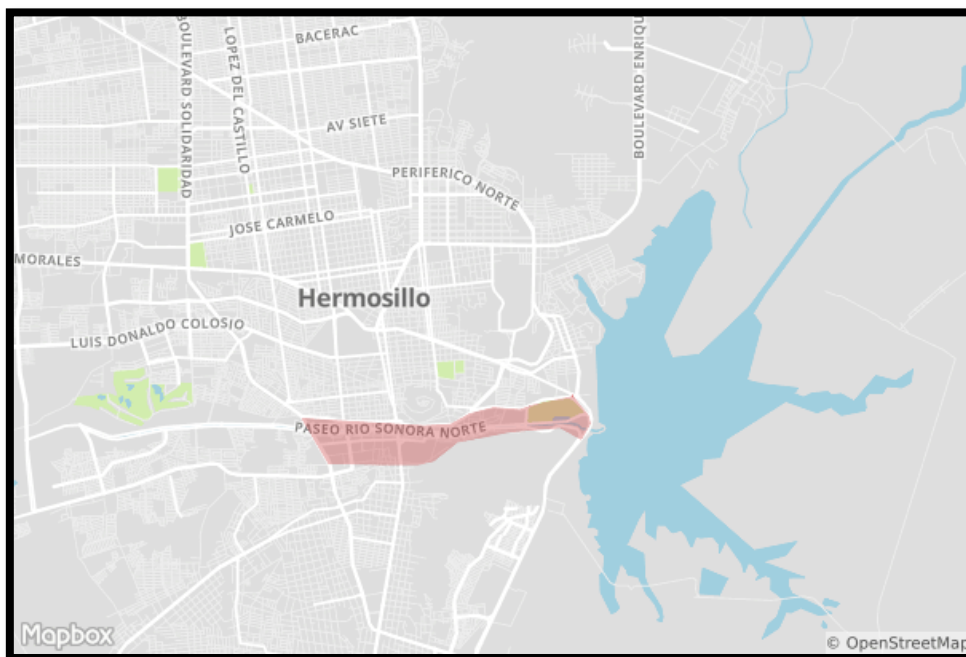
Motor, la necesidad de fortalecer sus dinámicas regionales a partir de la generación de una imagen urbana moderna, así como la necesidad de recuperar una zona central de la ciudad con el fin de consolidar un corredor económico, principalmente comercial y de servicios.

Bajo este contexto de presura, en los últimos años del periodo gubernamental de Rodolfo Félix Valdez (1985-1991) se presentó el “Proyecto Especial Hermosillo. Desarrollo Urbano del Cauce del Río Sonora”. De acuerdo con César Silva Gómez, ex secretario de Infraestructura y Desarrollo Urbano (1985-1991), “el proyecto cristalizó una necesidad añeja en la ciudad; así mismo abrió nuevas oportunidades para el desarrollo urbano. Pese a la negativa de algunos ciudadanos y el miedo al despojo, la obra fue consumada, dejando en claro su eficiencia a los años, pues fue cuando pudimos percatarnos del desfogue de la presa durante el gobierno de Beltrones, por lo que nos temíamos que la presa sobrepasara su capacidad” (Fragmento de entrevista, junio 2016).

El proyecto se desarrolló en dos etapas. En una primera (1987-1991) constó de obras de infraestructura e ingeniería urbana que permitieron realizar la canalización del cauce del Río Sonora y la construcción de las compuertas en la presa Abelardo L. Rodríguez. Asimismo se realizaron obras de urbanización de las zonas ganadas a partir de la instalación de drenaje, alumbrado público, trazado y señalización de las principales vialidades. Es importante señalar que la obra logró concretarse en los últimos dos años del periodo mencionado, hecho que condujo a dejar la siguiente etapa en manos de la siguiente administración de gobierno.⁴

⁴ Es importante señalar que los procesos urbanos corresponden a una lógica temporal administrativa. No obstante, cada gobernante en turno tiende a reconocer como propias las obras del sexenio pasado. Este hecho resulta en una controversia temporal, así como de logros en cuestión de crecimiento y desarrollo urbano. Para descifrar cada proceso urbano, en nuestro análisis histórico resulta pertinente reconocer el origen de la obra y dar seguimiento a su trayectoria histórica.

Imagen 3. Ubicación del Proyecto Especial Hermosillo. Desarrollo Urbano del Cauce del Río Sonora.



Fuente: Elaboración propia con datos de Mapbox.com

Durante la década de los noventa, Hermosillo emprendió una serie de transformaciones urbanas generadas a partir de políticas enfocadas en generar imágenes de la ciudad bajo el discurso político del progreso (Enríquez Acosta 2002), que permitieron generar una mayor promoción inmobiliaria mediante las primeras prácticas de marketing urbano para la ciudad.

De 1992- 1997, se presentó el “Macro Proyecto Río Sonora Hermosillo XX” bajo la administración del gobernador Manlio Fabio Beltrones Rivera. Esta propuesta apunta a capitalizar las obras de infraestructura generadas en la fase anterior, con el fin de promover el desarrollo urbano en el denominado Bulevar Río Sonora. Así se dio lugar a un nuevo núcleo urbano a partir de la creación de equipamientos recreativos, de gestión pública, bancaria, hospitalaria entre otros servicios y comercios (Méndez 2000).

Entre las obras que destacaron durante dicho periodo se encuentran la construcción del Centro de Gobierno del Estado de Sonora, integrado por dos edificios paralelos, el Edificio Sonora y Edificio México, que comenzaron a albergar parte de las oficinas administrativas del gobierno estatal y federal. De igual forma, surgió el Parque Recreativo La Saucedá.⁵

Con el fin de gestionar las intervenciones urbanas se creó el fideicomiso público “Progreso. Promotor Urbano de Sonora”, con el fin de promover el desarrollo urbano a partir del fomento a la inversión privada en los proyectos derivados del Macro Proyecto. Sin duda, ambos proyectos transformaron no solo la escena de la ciudad, además se incorporaron nuevas formas de gestión urbana a partir de la planificación estratégica y la aplicación incipiente de marketing urbano gracias a la publicidad, principalmente entre la población local.

Durante este periodo, la planeación urbana de Hermosillo aún se encontraba en manos de la entonces Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología del Estado de Sonora. Sin embargo, la falta de coordinación entre las diversas instancias gubernamentales a nivel municipal, estatal y federal, terminaron por generar planes poco precisos en torno al desarrollo y crecimiento de la ciudad. Además, no debe olvidarse que dichos planes solo seguían una lógica moderna de la planeación urbana, en donde sólo se organizaba el espacio a partir de centros y sub centros urbanos, poco articulados y con grandes problemas de urbanización de índole de infraestructura primaria, tales como servicios públicos y de pavimentación.

Por otro lado, el Macro Proyecto presentó algunos inciertos: 1) la crisis de 1994 vino a paralizar parte de las obras urbanas generadas en torno al proyecto, provocando

⁵ Dado a conocer como un proyecto destinado al ocio y las actividades culturales, innovador particularmente para el noroeste del país. El proyecto incluía un auditorio para conciertos masivos al aire libre, áreas verdes, juegos, equipamientos para *picnic*, albercas con toboganes, canal (alimentado por agua de la presa) para pasear en pequeñas lanchas y el museo infantil La Burbuja, filial del museo El Papalote de la Ciudad de México.

un incipiente inicio; 2) la segregación socio-espacial continuó siendo un problema para la ciudad, sobre todo para la zona sur; 3) el acaparamiento empresarial terminó por estipular la conformación del espacio urbano a partir de la inversión privada; 4) se popularizó el desarrollo de megaproyectos en otros sectores de la ciudad, vinculados a las élites económicas y políticas de la región. Entre estos últimos destaca Metrocentro, como un proyecto integrado por comercios y de servicios principalmente extranjeros, tales como franquicias (Blockbuster, McDonald's, Domino's Pizza, entre otras). Igualmente, Residencial Los Lagos, integrado por un club de golf, lagunas artificiales y mansiones de lujo (Méndez 2000).

Durante los siguientes años, los megaproyectos no se presentaron como prioridad dentro de la agenda gubernamental. Estos fueron gestionados desde la iniciativa privada, integrando a la trama urbana principalmente complejos residenciales que incluían calles cerradas. Su proliferación terminó por impulsar el crecimiento de la ciudad a partir de nuevos sectores y circuitos viales, la privatización del espacio público y la conformación de nuevas formas de organización social en torno a las necesidades de seguridad de los domicilios.

Para el periodo administrativo gubernamental de Eduardo Bours Castelo (2004-2009), una de las principales apuestas para el desarrollo fue centrarse en grandes inversiones en materia de imagen e infraestructura urbana, con miras a generar estrategias de crecimiento económico en diversas regiones del estado. Para orientar la política de gasto-inversión surgió el Plan Sonora Proyecta, con el objetivo de financiar más de 100 obras con una inversión de casi 7 mil millones de pesos distribuidos en todo el estado, de acuerdo a sus necesidades y prioridades específicas (Gobierno del Estado de Sonora 2008).

De la misma manera surgió IMPULSOR: Operadora de Proyectos Estratégicos, como un fideicomiso para impulsar la infraestructura urbana de calidad mundial en zonas clave de Sonora y canalizar inversión pública mediante esquemas novedosos de inversión privada, con la participación de autoridades locales y de las comunidades, para el desarrollo de proyectos orientados a diversificar las actividades productivas, aprovechando el potencial de las mismas.

Los principales puntos de inversión fueron la Carretera Costera (Puerto Peñasco), Hermosillo, Guaymas, Pasajes (Rutas Turísticas) (Gobierno del Estado de Sonora 2007). Para la capital del estado se promovió una serie de complejos modernos y prácticos que se integrarían a la planeación urbana de la ciudad en condiciones de ordenamiento en los próximos 25 años (IMPULSOR 2009).

El Plan Sonora Proyecta se apoyó en el Programa de Desarrollo Urbano para el Centro de Hermosillo 2006, diseñado por el Instituto Municipal de Planeación Urbana durante la administración municipal de Ernesto Gándara Camou (2006-2009). El objetivo del programa era lograr la ordenación del territorio con el fin de estructurar su planeación en un entorno sustentable y competitivo, apoyándose básicamente en el Programa Nacional de Desarrollo Urbano y Ordenación del Territorio (IMPLAN 2006).

El Programa de Desarrollo Urbano para el Centro de Hermosillo 2006 señaló en su diagnóstico el efecto de la falta de planeación urbana en periodos pasados, mismo que afectaba ya a la ciudad, particularmente en la falta de implementación de políticas enfocadas al crecimiento ordenado. Se mantenía el ánimo de impulsar la inversión con el fin de generar una ciudad más competitiva. Por consiguiente, el plan presentó dos vertientes en torno a las estrategias, una de índole social y otra económica.

Con las estrategias sociales se buscaba la participación ciudadana, la inclusión de grupos vulnerables a partir del centro de desarrollo social, así como la integración de

personas con capacidades diferentes; mientras que con las estrategias económicas se atendía la necesidad de optimizar recursos y de recurrir a la co-participación, a generar un fondo para el desarrollo económico, a generar un sistema de apertura rápida de empresas, impulsar el marketing urbano y por último, el desarrollo integral de la región (IMPLAN 2006).

Estos puntos se presentaron con pautas a seguir poco claras, pero el desarrollo urbano logró concretarse en algunos sectores de la ciudad. Por otro lado, la promoción y la publicidad en torno al Plan Sonora Proyecta se presentaron sin precedentes, al difundir el plan públicamente a partir de medios televisivos que entrevistaron a personajes locales con el fin de dar peso a la aceptación de la obra. A su vez, la presencia en medios impresos, como revistas difundidas por el mismo Gobierno del Estado y la publicación en periódicos locales, dieron margen a una fuerte campaña de publicidad orientada a destacar las ventajas del Plan Sonora Proyecta y el desarrollo urbano para la capital y el estado de Sonora. Entre las intervenciones urbanas que se presentaron para Hermosillo conforme al Plan Sonora Proyecta, se encuentran las siguientes:

a) **Hermosillo Puerta Norte**

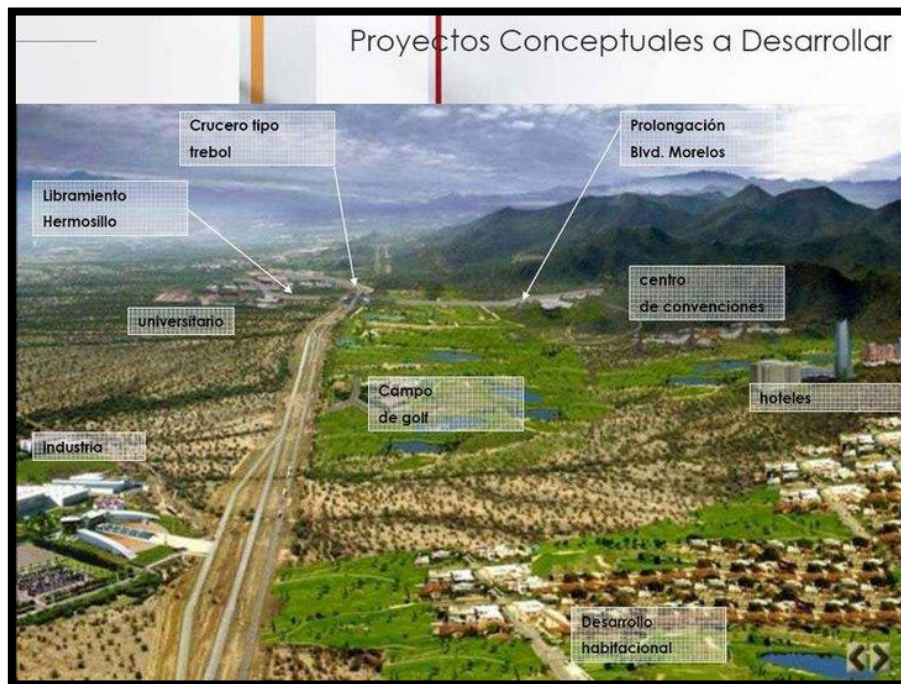
En una primera fase se presentó el plan parcial de desarrollo para la zona norte de la ciudad mediante la prolongación de 6.5 kilómetros del bulevar José María Morelos, considerado como un importante corredor comercial y de servicios. La propuesta apuntaba a consolidar el sector urbano a partir de la inversión privada (Gobierno del Estado de Sonora 2007).

En una segunda fase, se agudizó más la perspectiva económica al señalarse la importancia de la promoción de la reserva territorial (2 mil 345 hectáreas) generada desde la prolongación del bulevar Morelos; se enfatizó el crecimiento ordenado, así

como la atracción de inversiones para los diversos sectores económicos, aunque sin señalarse una articulación lógica urbana; se hizo énfasis en la conexión del bulevar Morelos y Carretera Internacional, como una obra de infraestructura que permitiría resolver los problemas de tráfico en la vieja salida norte de la ciudad (Gobierno del Estado de Sonora 2008).

Entre las zonas señaladas a desarrollarse se encontraba un centro de convenciones, una zona hotelera, campos de golf, desarrollos habitacionales, zona industrial y universitaria. De esas obras, todas fueron concretadas, con excepción de la zona industrial y los campos de golf (Ver imagen 4).

Imagen 4. Proyecciones de Hermosillo Puerta Norte.



Fuente: Facebook. Hermosillo Construcciones. Puerta Norte.

Cuadro 13. Descripción del Proyecto Hermosillo Puerta Norte.

Características	Complejo urbano
<ul style="list-style-type: none">- Prolongación de 6.5 kilómetros del bulevar José María Morelos- 2 mil 345 hectáreas en reserva territorial	<ul style="list-style-type: none">- Crucero tipo trébol- Nuevo libramiento para Hermosillo- Centro universitario- Centro de convenciones- Hoteles- Desarrollo habitacional- Campo de golf

Fuente: Gobierno del Estado de Sonora 2007, 2008. Facebook Hermosillo Construcciones. Puerta Norte. Elaboración propia.

b) Hermosillo Vado del Río

El siguiente proyecto buscó capitalizar una vez más el Vado del Río, o bien, conocido como Macro Proyecto Río Sonora Siglo XXI. Pesé a los años, el bulevar Río Sonora había podido ocupar sólo el 48 por ciento de los terrenos disponibles. La consolidación de la zona como uno de los corredores comerciales y de servicios de la ciudad se había quedado suspendida, motivo por el cual era necesario rehabilitar las zonas existentes mediante inversiones generadas con la promoción de los espacios urbanos restantes entre el sector empresarial (Gobierno del Estado de Sonora 2008).

Las acciones para cumplir los objetivos se plantearon a partir de tres puntos: la redefinición del plan maestro, con el fin de establecer polígonos a partir de las directrices del mercado; el aumento de la plusvalía mediante la mejora de la imagen urbana y la circulación en vialidades, y por último, el impulso al desarrollo de proyectos detonadores (IMPULSOR 2007).

Entre los proyectos a desarrollarse en torno a los polígonos comerciales y de servicios se encontraban el Hotel Camino Real y Hospital Ángeles, Gallerías Mall, Soriana del Río, Hotel Lucerna, Hotel City Express, Ashley Furniture Homestore, Banamex y Pabellón Reforma. La inversión total a concretarse entre el 2007 y 2008, sumaba alrededor de 2 mil 543.6 millones de pesos. Además, el valor del suelo se

ubicaba entre 80 a 200 dólares por metro cuadrado en torno al bulevar Río Sonora (Manjarrez 2006).

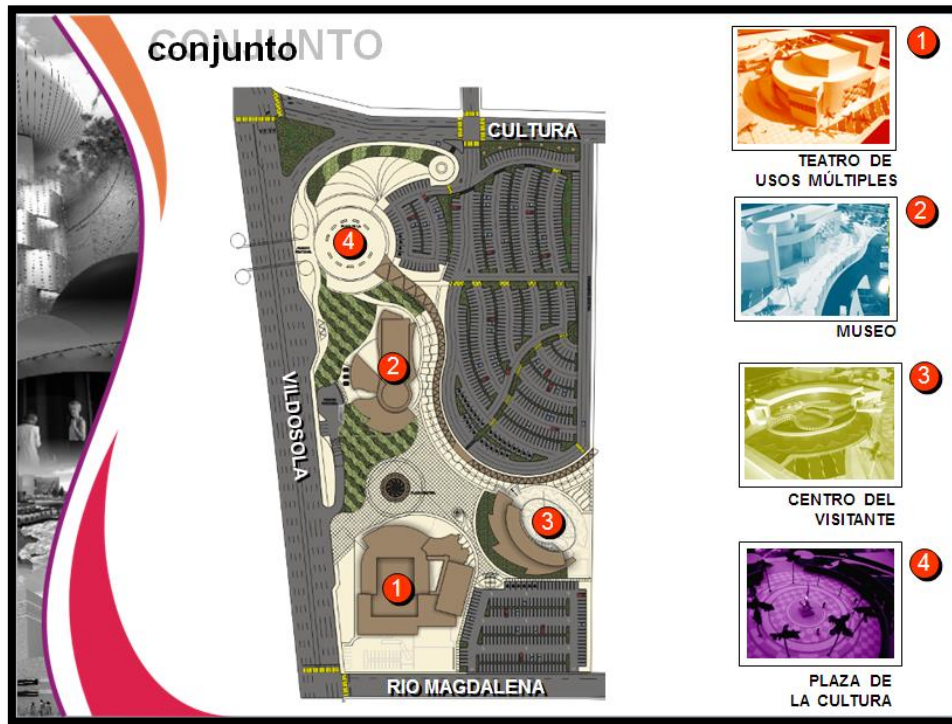
Imagen 5. Empresas y desarrollos a concretarse en el bulevar Río Sonora.



Fuente: Manjarrez (2006).

El proyecto detonador de Hermosillo Vado del Río giró en torno al Centro Cultural MUSAS, un complejo cultural mediante el cual se buscaba crear espacios para la formación, difusión y promoción del arte y la cultura. El lugar estaría integrado por un teatro de usos múltiples, un museo, un Centro del Visitante y una Plaza de la cultura (IMPULSOR 2007). Las inversiones se estimaban en alrededor de 25 millones 114 mil de pesos (Gobierno del Estado de Sonora 2008).

Imagen 6. Modelo Conjunto MUSAS.



Fuente: Gobierno del Estado de Sonora 2009.

Cuadro 14. Descripción del Proyecto Hermosillo Vado del Río.

Características	Complejo Urbano	MUSAS
<ul style="list-style-type: none"> - Reactivar el desarrollo inmobiliario de 83 hectáreas - 2 mil millones de pesos en inversión - 2 mil millones de empleos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Polígonos comerciales y de servicios - Nodo Hermosillo Vado del Río - Desarrollo de proyectos detonadores 	<ul style="list-style-type: none"> - Complejo cultural - Teatro de usos múltiples - Museo - Centro del visitante - Plaza de la Cultura

Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno del Estado de Sonora 2008.

Otro de los proyectos públicos en torno al bulevar Paseo Río Sonora fue el Parque Conmemorativo del Centenario de la Revolución, con una inversión de 3.1 millones de pesos. El proyecto se pensó para que incluyera un andador peatonal, áreas de mesas y bancas, juegos infantiles, estacionamiento y áreas verdes (Gobierno del Estado de Sonora 2009).

c) **Otras intervenciones**

Para completar las obras dentro del Plan Sonora Proyecta, se concretó una serie de obras en Hermosillo que radicarón entre el rescate y la rehabilitación de edificios, la ampliación y modernización de bulevares, embovedamiento de canales y la construcción de distribuidores viales. Estas intervenciones se ajustaron dentro del presupuesto pactado para Hermosillo, alcanzando una suma de 3 mil millones de pesos.

Dentro de la administración 2004-2009, también se incorporó (aunque no dentro del Plan Sonora Proyecta) el Programa Parcial de Mejoramiento y Conservación del Centro Urbano de Hermosillo 2007, desarrollado por el IMPLAN. Su objetivo era revitalizar la zona para mejorar y rescatar el espacio físico, con el fin de generar un ámbito urbano digno, amigable, económico y socialmente activo. Su formulación llevó a la consulta ciudadana de habitantes y comerciantes de la zona centro, lo que significó un cambio importante en el paradigma de la planeación urbana en el municipio. Sin embargo, esta acción no volvería a repetirse en los siguientes planes.

Entre otras obras realizadas en el centro histórico de Hermosillo durante el mismo periodo destacan el rescate del barrio antiguo de Villa de Seris, la renovación del Corredor Capilla del Carmen, la construcción de la Plaza Bicentenario de la Independencia, así como la remodelación del Cerro de la Campana. Cada una de las intervenciones constituyó un importante esfuerzo por mejorar la imagen urbana de la ciudad, así como para configurar nuevos espacios públicos que brindaran soporte a la actividad turística de la ciudad.

Pese al constatable trabajo de difusión y transparencia por parte del Gobierno del Estado respecto a la administración financiera, el Plan Sonora Proyecta estuvo sujeto a fuertes críticas, debido a la deuda pública generada, la opacidad en cuanto al otorgamiento de concesiones (vinculadas principalmente a grupos de poder de la región

o familiares del entonces gobernador) y la dudosa presentación pública de los montos de inversión. Todo esto generó un fuerte escepticismo ante las obras de inversión, aunque los cambios a nivel urbano fueron notables y sin precedente alguno hasta la actualidad.

Para la siguiente administración gubernamental a cargo d. Guillermo Padrés Elías (2009-2015), uno de los objetivos para Sonora fue la transformación económica a partir del desarrollo urbano, principalmente de su capital, Hermosillo. Por este motivo, para el 2010 se dio a conocer el Plan Maestro Puerta Oeste Hermosillo, que buscaba generar un modelo de desarrollo con visión a futuro, en el que convergieran obras comerciales, de vivienda y deportivas. El proyecto nuevamente se apoyó en IMPULSOR como principal promotor urbano.

El proyecto se planteó como una estrategia urbana que pudiera ser replicada en las principales ciudades del estado: Obregón, Navojoa y Nogales. El complejo urbano se encontraba integrado por espacios urbanos destinados para vivienda económica, media y residencial, así como áreas públicas para el deporte y el esparcimiento familiar. También incluía escuelas, jardines, hospitales, bancas comerciales, entre otros.

El proyecto urbano fue diseñado tomando como punto de partida el “Estadio Sonora”, equipado con la más alta tecnología, y con el objetivo de ser recinto anfitrión de partidos de las grandes ligas de béisbol y, por consecuencia, ser la casa del equipo local “Naranjeros de Hermosillo” (Gobierno del Estado de Sonora 2011) (Observar en el Cuadro 14 la descripción del Plan Maestro Puerta Norte).

Durante el mismo periodo se realizó el cambio al Programa de Desarrollo Urbano para el Centro de Población de Hermosillo 2014, el cual presentaba ligeras modificaciones con respecto al presentado en el 2007. A pesar de esto, fue reelaborado con el fin de dar respaldo al Plan Maestro Puerta Oeste a partir de los cambios

realizados en la Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano del Estado de Sonora.

Imagen 7. Áreas urbanizables del Plan Maestro Puerta Oeste.



Fuente: Elaboración propia con imagen de Mapbox.com.

Cuadro 15. Descripción del Plan Maestro Puerta Oeste.

Características	Complejo Urbano	Estadio Sonora
<ul style="list-style-type: none"> - 550 Hectáreas de superficie total - 1000 millones de pesos de inversión (Primera etapa) - 150 mil familias en los residenciales 	<ul style="list-style-type: none"> - Centros urbanos - Oferta inmobiliaria ordenada e integrada a la ciudad - Parque ecológico - Plaza Comercial y de Negocios - Nuevo estadio de beisbol - Desarrollo de vivienda y servicios - Exclusiva zona residencial rodeada por el parque ecológico - Rehabilitación de la zona rural para alcanzar la autosuficiencia agrícola - Paisajismo con lagos y espejos de agua (saneamiento y tratamiento de aguas residuales) 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad: 15 mil espectadores - Extensión: 10 hectáreas - Costo: 320 millones de pesos - Estacionamiento: 3 mil 500 cajones - Galería comercial con áreas para restaurantes, bares, franquicias y tiendas de <i>souvenirs</i> - Museo Temático y área cultural - Sala de Prensa - Enfermería - Sala de seguridad, monitoreo y vigilancia - Alta tecnología lumínica para transmisiones de eventos y juegos nocturnos con calidad mundial - Pantalla electrónica gigante. - Cinco accesos, incluyendo entrada especial para jugadores y artistas

Fuente: Elaboración propia con datos de Gobierno del Estado de Sonora 2011.

Uno de los principales obstáculos del Programa de Desarrollo Urbano para el Centro de Hermosillo 2007 fue la falta de una aplicación adecuada, lo que generó grandes problemas al momento de llevar a cabo cada plan parcial (denominación que adquieren los proyectos urbanos, a los cuales nosotros denominamos como megaproyectos) (Fragmento de entrevista, octubre 2016).

El Programa de Desarrollo para el Centro Urbano de Hermosillo 2014 presentó estrategias enfocadas a dar especificaciones precisas sobre los usos del suelo, especificar las condiciones de equipamiento, así como ir generando las condiciones de crecimiento urbano que permitirían una mejor integración de los diversos sub centros, con el fin de erradicar las grandes distancias en transporte y agilizar el uso de las principales vialidades en la ciudad. Asimismo buscar el respeto a las áreas verdes y el fomento del uso de bicicleta, a partir del diseño de ciclovías y estacionamiento para las mismas.

El modelo urbano se basó en un concepto sustentable de unidades ecológicas, que integraran la nueva ciudad a un gran parque urbano y áreas naturales. La Nueva Ciudad se compone de centros urbanos donde se desarrolla la vida comunitaria, integrándoles todos los usos, tales como habitación, recreación, servicios, comercio, áreas verdes, educativas y fuentes de empleo. La idea era detonar desarrollos hacia un nuevo horizonte de crecimiento e inversión a partir de una edificación icónica, así como convertir las zonas más dañadas e impactadas ecológicamente de Hermosillo en los emblemas de la nueva ciudad.

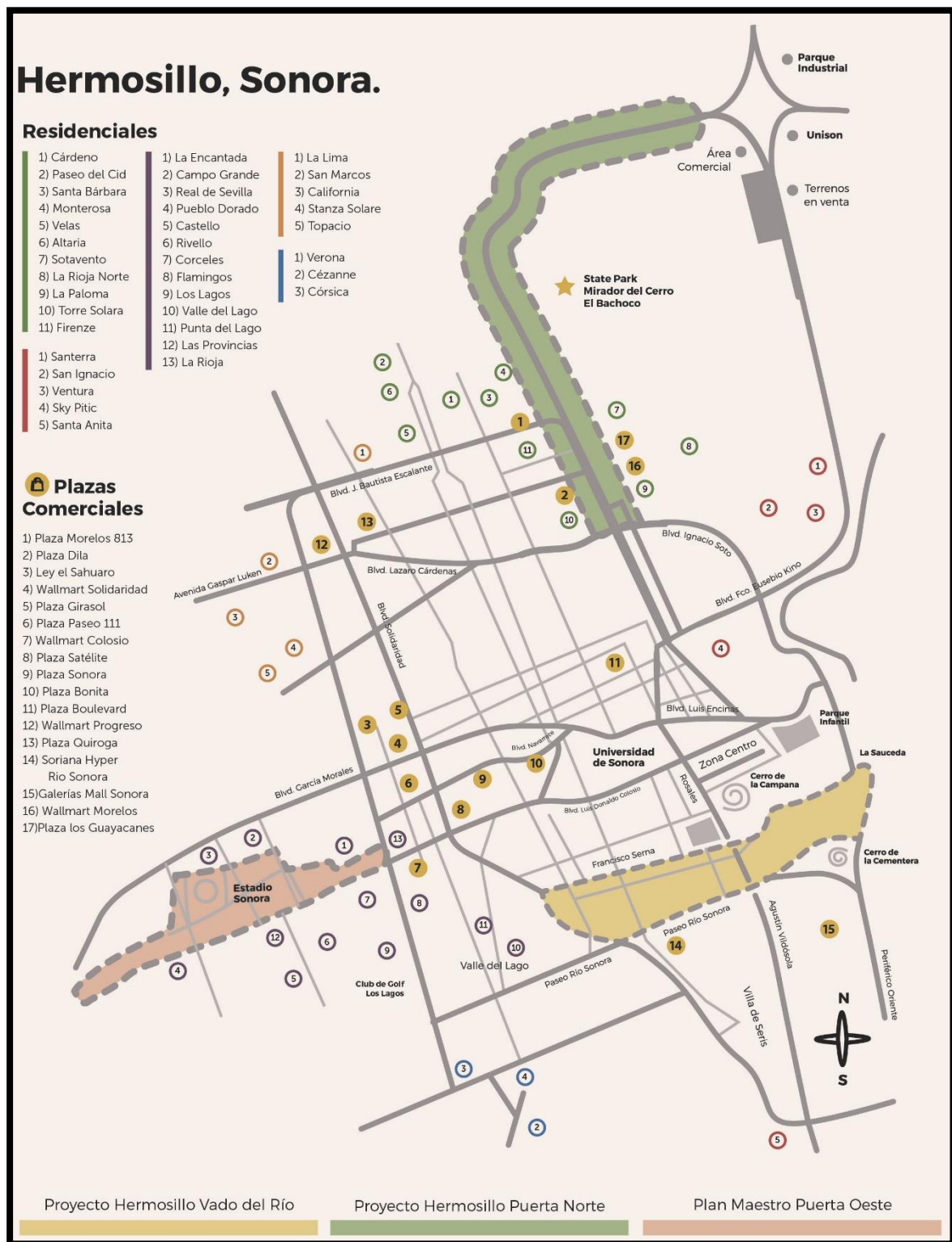
Capítulo IV. Representaciones e imaginarios urbanos de la planificación estratégica y marketing: Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Hermosillo Puerta Oeste en Hermosillo, Sonora (2004-2015).

4.1 Oferta urbana

Tras los procesos urbanos generados a partir de la globalización, en torno a los cuales se gestiona y se regula el hacer de la ciudad, resulta necesario considerar la oferta urbana en el caso de Hermosillo, Sonora (2004-2015). Comenzando por la apertura económica que subyace a las exigencias del mercado urbano en términos neoliberales, se han generado procesos vinculados a la planificación estratégica, cuyo objetivo ha sido diversificar la oferta mediante el mercadeo de zonas específicas de la ciudad.

Particularmente, Hermosillo (2004-2015) ha dado a conocer emergentes formas de intervenciones a partir de megaproyectos, los cuales han buscado fortalecer su imagen con el fin de estimular la inversión y consolidar su oferta, aunque se han derivado procesos urbanos discontinuos que se imprimen bajo el sello de cada administración gubernamental. Estos hechos ponen en cuestión la manera en la que se ha integrado la visión y los alcances de los megaproyectos urbanos en los últimos años, desde la perspectiva del mercado, así como la forma en la cual la ciudadanía se ha incorporado ante las dinámicas espaciales precedentes. Para lograrlo, consideraremos describir e interpretar los megaproyectos urbanos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, en el periodo de 2004 a 2015, retomando la oferta urbana a partir del tipo de ciudad, los escenarios del mercado urbano, así como la visión de sus consumidores respecto a los procesos urbanos derivados.

Imagen 8. Ubicación de megaproyectos urbanos en Hermosillo, Sonora (2004-2015)



Fuente: Elaborado por Estefanía Anaya.

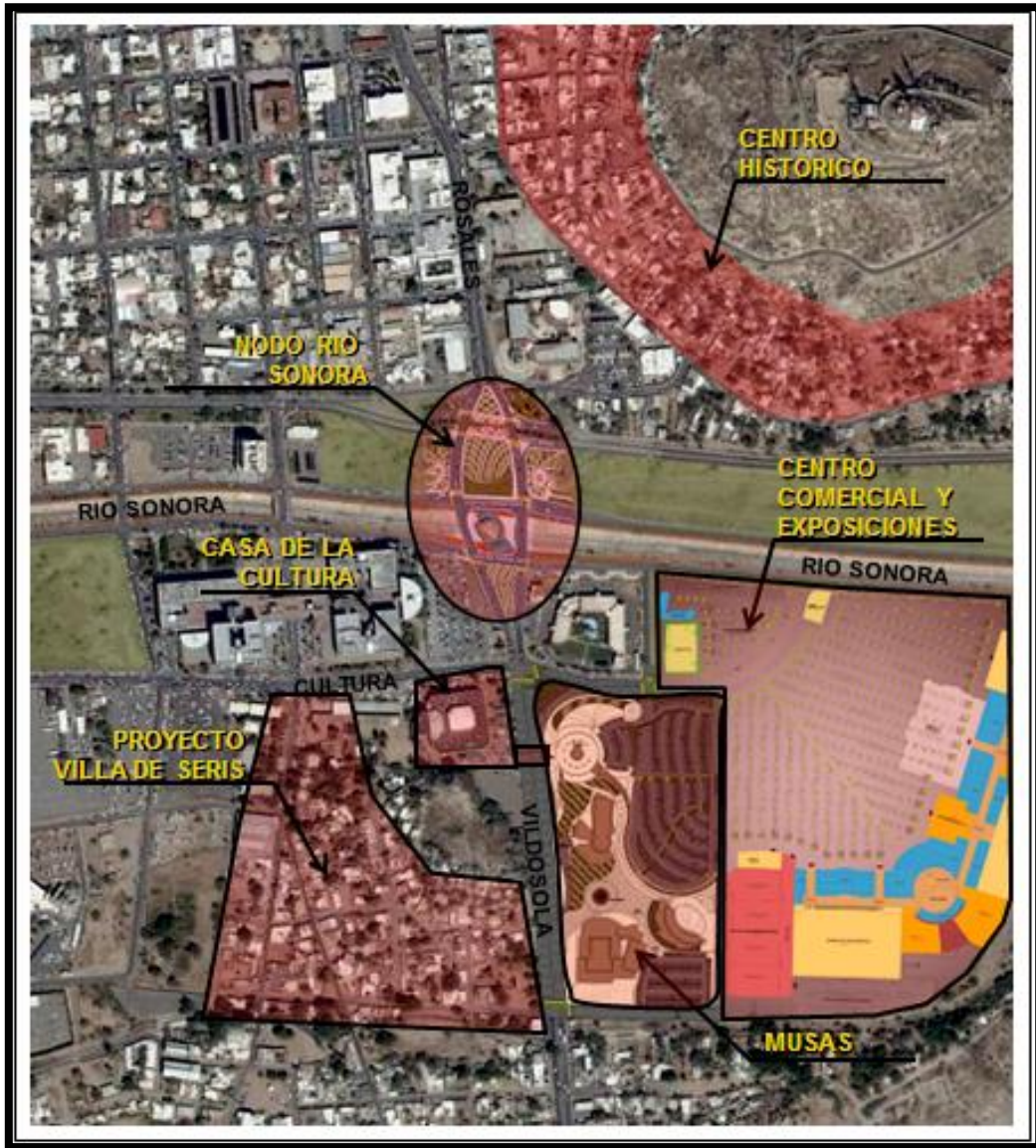
4.1.1 Tipo de ciudad ofertada

Una de las vías para comprender la reestructuración urbana a la cual se encuentran sujetas las ciudades en la actualidad, es considerar la situación que impera a nivel global en torno a la producción del espacio. En el caso de Hermosillo, Sonora (2004-2015) el desarrollo urbano se ha presentado conforme a la convergencia de capitales, tanto públicos como privados. Los megaproyectos se han integrado a la ciudad como parte de una estrategia económica. A continuación, se describen los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, con el fin de conocer cómo se han incorporado a la trama urbana a partir de su oferta, y de igual manera, se analiza el tipo de ciudad que buscan dar a conocer su propuesta.

El proyecto Hermosillo Vado del Río, derivado del Plan Sonora Proyecta en el periodo 2004-2009, se fundamentó en uno de los primeros megaproyectos en la ciudad, a partir de la reactivación del impulso económico de ciertos sectores denominados como polígonos urbanos, con el fin de mejorar la imagen urbana del centro de la ciudad. El proyecto buscó fortalecer un nuevo sector comercial y de servicios, donde lograron insertarse empresas nacionales y transnacionales. Se integró un clúster de oficinas, tanto gubernamentales como privadas, las cuales fueron llenando parte de los terrenos ubicados alrededor del Proyecto Vado del Río, lo que permitió dar auge a los polígonos que se encontraban preestablecidos.

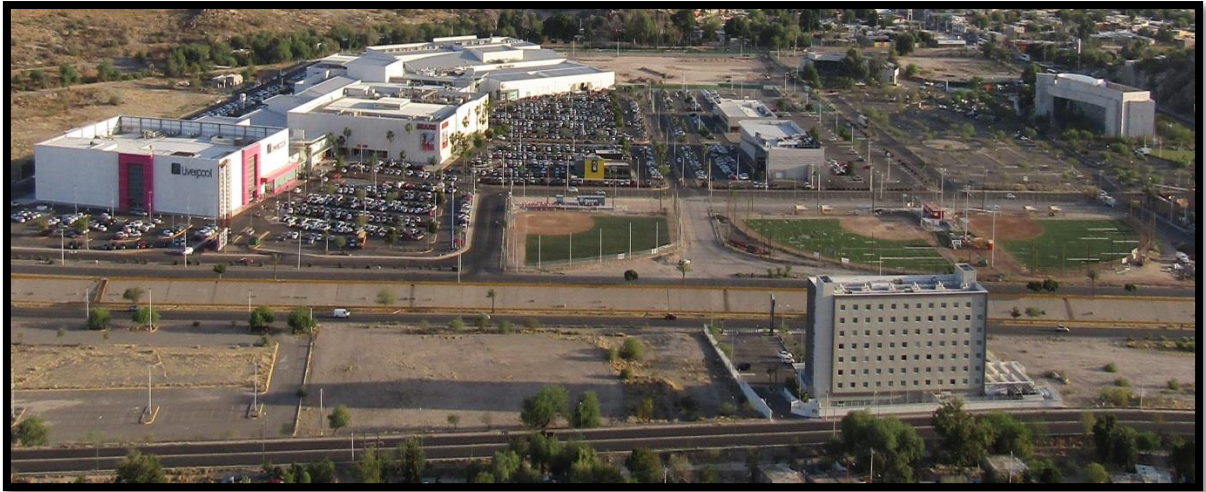
Entre las empresas destacadas integradas en torno a los polígonos comerciales y de servicios se encuentran el Hotel Camino Real, Gallerías Mall, Soriana del Río, Hotel Lucerna, Hotel City Express, Ashley Furniture Homestore, Banamex y Pabellón Reforma. Es importante destacar que la especulación en torno a la plusvalía de terrenos en el Vado del Río siguió su curso en años posteriores, dando lugar a la incorporación de nuevas empresas, así como de plazas comerciales.

Imagen 9. Proyecto Hermosillo Vado del Río.



Fuente: Gobierno del Estado de Sonora 2007.

Imagen 10. Perspectiva de Centro Comercial Galerías (izquierda) y Centro Cultural MUSAS (derecha).

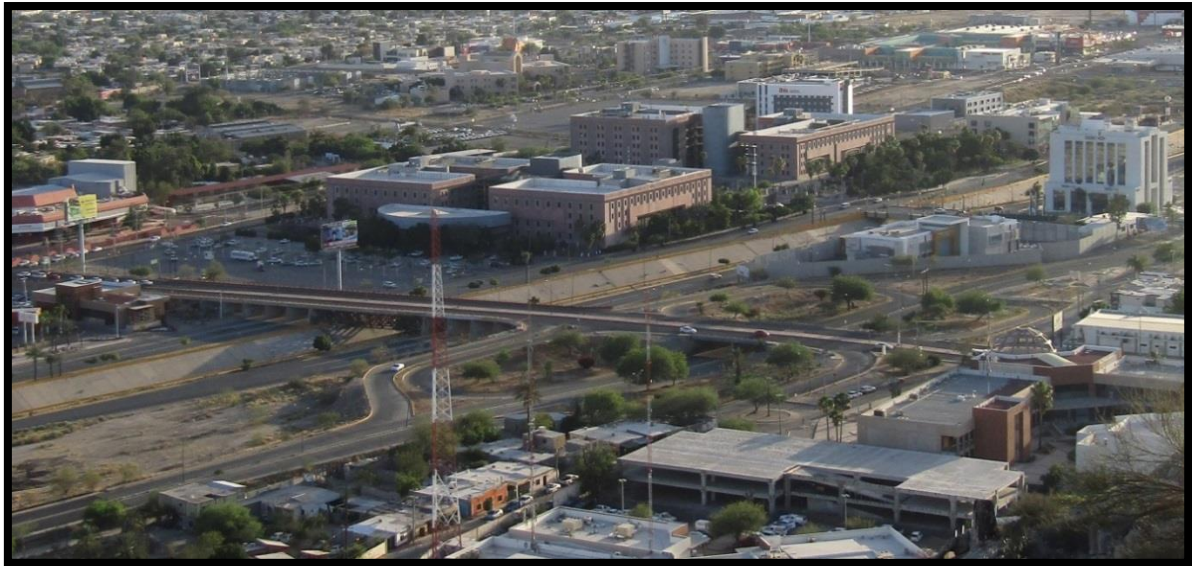


Fuente: Trabajo de campo, abril 2017.

Las propuestas en torno al Proyecto Hermosillo Vado del Río fueron cumpliendo su objetivo, al ubicar estratégicamente los espacios vinculados al consumo cultural y de ocio. A pesar de ello, el Centro Cultural MUSAS sólo logró construir tres de los espacios propuestos: el museo, el centro del visitante y la Plaza de las Culturas. Es importante señalar que el espacio denominado como “centro del visitante” cumple su función como oficinas del gobierno estatal, mientras que el espacio en donde debió construirse el teatro de usos múltiples, actualmente es utilizado como parque recreativo infantil. Por otro lado, tampoco logró concretarse el Nodo Río Sonora.

Anteriormente, el Proyecto Río Sonora Hermosillo Siglo XXI marcó el precedente para articular la distribución espacial de Hermosillo Vado del Río, al orientar la conexión de la zona central de la ciudad a partir del centro de gobierno, de negocios, hospitalario, de ocio, aunado a zonas puntuales de comercios, servicios y viviendas residenciales. Tomando parte en la expansión del proyecto sobre el mismo bulevar Paseo Río Sonora, durante los años siguientes.

Imagen 11. Ubicación del Nodo Río Sonora.



FUENTE: Trabajo de campo, abril 2017.

En el proyecto Hermosillo Vado del Río se enfatizó que la dispersión de los espacios urbanos fue dando lugar a la extrapolación de dichos polígonos urbanos, lo que generaba zonas baldías que podrían considerarse para integrar un centro económico de competencia global. Esta intención quedó plasmada en diversos medios de comunicación, pues no sólo significaba la orientación del mercado urbano en el centro de Hermosillo, sino la inversión de empresas público-privadas sobrecargadas de discursos especulativos.

Uno de los principales medios de comunicación en el que se apoyó la difusión del Plan Sonora Proyecta, fue la televisión. A partir de Telemax Sonora⁶ se dio a conocer una serie de spots publicitarios mediante los cuales se presentaban las propuestas de cada uno de los proyectos para el Estado, entre ellos Hermosillo Vado del Río. Incluso fue realizada una serie de programas con duración de treinta minutos, en los que se daba a conocer la opinión de expertos y de la población, en torno a los grandes proyectos urbanos que se venían formulando para la capital del estado de Sonora.

⁶ Cadena de televisión abierta mexicana con sede en Hermosillo, Sonora. Su estación insignia es XEWH-TDT en Hermosillo, la licencia de concesión está a nombre de Televisora de Hermosillo, S. A. de C. V., empresa que es propiedad del gobierno del Estado de Sonora.

El Proyecto Puerta Norte, también derivado del Plan Sonora Proyecta (2004-2009), tomó impulso desde de la especulación urbana derivada en gran parte de la integración de espacios urbanos, preferentemente vinculados al consumo. Es importante señalar que el proyecto contemplaba la conexión del bulevar Morelos Norte con la prolongación del bulevar Mazón, el cual logró construir una nueva vía de salida para la ciudad de Hermosillo.

El proyecto no presentó una propuesta urbana pública. Este hecho vino a generar una falta de espacios públicos abiertos en la zona para la población hermosillense. No obstante, las dinámicas urbanas dieron lugar a la consolidación de una nueva zona comercial y de servicios que ha dinamizado e intensificado el uso del suelo. Este hecho viene a poner en claro la entrada del libre mercado y competencia en torno a la oferta urbana. A partir de dicho proyecto, gran parte de la extensión norte del bulevar Morelos se fue diversificando, al integrar en su imagen urbana zonas residenciales en complejos cerrados, así como edificios multiniveles y plazas comerciales que han ido ocupando poco a poco los espacios anexos al bulevar Morelos.

Imagen 12. Plazas y centros comerciales en bulevar Morelos.



Fuente: Elaborado por Estefanía Anaya.

Imagen 13. Entrada a Residencial Monterosa.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

Imagen 14. Residencial Monterosa.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

Cuadro 16. Oferta residencial en Proyecto Puerta Norte por tipología y sector-socioeconómico.

	Residenciales	Tipología	Sector socio-económico
1	Altaria	Fraccionamiento cerrado	Alto
2	Alta Firenze		Alto
3	Paseo del Cid		Alto
4	Velas		Medio-Alto
5	Santa Bárbara		Medio-Alto
6	Cárdeno		Medio-alto
7	Monterrosa		Alto
8	Sotavento		Alto
9	La Rioja Norte		Alto
10	Cerrada Belmonte		Medio-alto
11	La Paloma		Alto
12	Cézane Residencial		Alto
13	Torre Solara	Torre de condominios	Alto
14	Ventura Residencial	Terrenos con 4 modelos arquitectónico	Alto
15	La Cima	Fraccionamiento cerrado	Medio-alto
16	San Marcos		Medio-alto
17	California		Medio-alto
18	Stanza Solare		Medio-alto
19	Real de Sevilla		Medio-alto
20	Topacio		Medio-alto
21	Velas Residencial Club	Medio-alto	
22	Santaterra	Fraccionamiento cerrado	Alto
23	San Ignacio	Fraccionamiento cerrado	Alto
24	Sky Pitic	Torre de condominios	Alto

Fuente: Elaboración propia a partir de datos presentados en Tu Casa Nueva (2006).

Nota: Los sectores socioeconómicos fueron obtenidos a partir de los precios de las viviendas. Para el nivel medio-alto se consideraron viviendas de un millón a 2.5 millones de pesos; mientras que para las viviendas de nivel alto se consideraron aquellas con un valor de superior a 2.5 millones de pesos.

El proyecto Plan Maestro Puerta Oeste fue presentado en el periodo 2010-2015, señalando su oferta urbana a partir de un concepto sustentable de ciudad en torno a unidades ecológicas, que integrarían un gran parque y áreas naturales. La expansión se compondría de centros en donde se desarrollaría la vida comunitaria a partir de zonas habitacionales, de recreación, servicios, comercio, áreas verdes y educativas, así como

la detonación de desarrollos hacia un nuevo horizonte de crecimiento e inversión mediante una edificación icónica (IMPULSOR 2011).

Uno de los principales objetivos fue convertir las zonas más dañadas e impactadas ecológicamente de Hermosillo en los emblemas de la nueva ciudad. El megaproyecto integraba una serie de propuestas, entre ellas un estadio de béisbol, un centro hospitalario en la zona noroeste, un asilo de ancianos, un centro de convenciones y exposiciones, un centro juvenil, el desarrollo de vivienda residencial vertical, áreas comerciales, pista de canotaje, así como un parque urbano. Sólo logró concretarse el Estadio Sonora.

Imagen 15. Ilustración del Plan Maestro Puerta Oeste.



Fuente: IMPULSOR 2011.

El objetivo del proyecto era colocar a Sonora en un lugar visible dentro del ámbito nacional e internacional, como generador de nuevos modelos de ciudad desde el desarrollo sustentable, generando atributos de propuesta mediante la innovación y compromiso con el medio ambiente, e desarrollos estratégicos de generación urbana,

transformación en parques y áreas rurales en agricultura orgánica, intervenciones que detonarían económicamente el área a partir de nuevos centros de producción, consumo e inversión (IMPULSOR 2011).

El proyecto contemplaba la expansión urbana de una zona relegada de la ciudad, argumentando su gran potencial económico. De esta forma, el proyecto urbano integraba una serie de conglomerados vinculados también a la urbanización de zonas de esparcimiento deportivo y ocio, particularmente a través del Estadio Sonora, la construcción del Parque Metropolitano, así como de zonas de media y alta plusvalía residencial que vendrían a impulsar una importante zona de negocios. En efecto, el plan trajo consigo la articulación de zonas residenciales que se han ido integrando a la morfología urbana mediante principalmente el bulevar Luis Donaldo Colosio, así como la densificación de comercios a partir de plazas comerciales que han conformado una oferta diversificada en servicios.

Imagen 16. Entrada a Residencial Real de Sevilla en Prolongación del bulevar Luis Donaldo Colosio.



Fuente: Trabajo de campo, abril 2017.

Imagen 17. Plaza Comercial Galicia en bulevar Luis Donaldo Colosio.



Fuente: Trabajo de campo, abril 2017.

Cuadro 17. Oferta residencial en Plan Maestro Puerta Oeste, por tipología y sector socioeconómico.

	Residenciales	Tipología	Sector socio-económico
1	Campo Grande	Fraccionamiento cerrado	Alto
	La Coruña Residencial		
2	Corceles		Medio-alto, Alto
3	Rivello		Medio-alto
4	Los Lagos		Alto
5	La Encantada		Alto
6	La Rioja		Medio-alto, Alto
7	Real de Sevilla		Alto
8	Las Provincias		Medio-alto
9	Punta de Flamings II		Alto
10	Punta del Lago		Alto
11	Valle del Lago	Alto	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Tu Casa Nueva (2006).

Nota: Los sectores socioeconómicos fueron obtenidos a partir de los precios de las viviendas. Para el nivel medio-alto se consideraron viviendas de un millón a 2.5 millones de pesos; mientras que para las viviendas de nivel alto se consideraron aquellas con un valor de superior a 2.5 millones de pesos.

4.1.2 Mercado

Los megaproyectos urbanos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste buscaron articular una propuesta de ciudad diversificada a partir de la expansión urbana y la proyección del mercado desde la perspectiva de espacios abiertos a la inversión, particularmente en torno a proyectos vinculados a sectores de media y alta plusvalía.

Las principales formas de dinamizar la oferta urbana en la ciudad de Hermosillo (2004-2015) partieron de la apertura de suelo urbanizable, el cual ha sido utilizado a partir de la proliferación de plazas y centros comerciales, aunados a zonas residenciales principalmente de medio-alto y alto valor adquisitivo. Es importante señalar que la especulación de dichas zonas no sólo fue tomando lugar en el mercado a raíz de los megaproyectos; en sí, su intervención fue un importante elemento para lograr su puesta en valor. En el siguiente apartado se analiza la manera en el que se ha configurado el mercado urbano a partir de la intervención de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste.

Plazas y centros comerciales

La escenificación de la prosperidad del mercado urbano en Hermosillo, Sonora (2004-2015) buscó su representación gracias a la integración de plazas y centros comerciales, principalmente en aquellas zonas donde el potencial de inversión se incrementó mediante vialidades de alto tránsito vehicular, aunado a zonas residenciales, los cuales se han convertido en los principales agentes de cambio en el entorno urbano.

Uno de los factores que ha permitido la proliferación de plazas comerciales ha sido la facilidad bajo la cual se emprende el mercado inmobiliario. La búsqueda de inversiones, las negociaciones y los estudios de mercado previos han permitido

optimizar el éxito de la integración de nuevas empresas y negocios en el entorno urbano. Al respecto, se recupera el siguiente fragmento de entrevista aplicada a uno de los promotores inmobiliarios de la ciudad de Hermosillo.

“Galerías Mall, por ejemplo, está en una zona menos popular, más neutral y céntrica que Plaza Sendero, el cual está orientando el mercado de las colonias del sur de la ciudad, Cuauhtémoc, Y Griega, Altares, Nuevo Hermosillo y todas las colonias alrededor de la Penitenciaría; ambos tienen éxito de acuerdo a los distintos mercados para los que fueron creados, y han propiciado el desarrollo comercial en sus inmediaciones” (Promotor inmobiliario de Next Bienes Raíces; Hermosillo, Sonora, 9/12/2016)

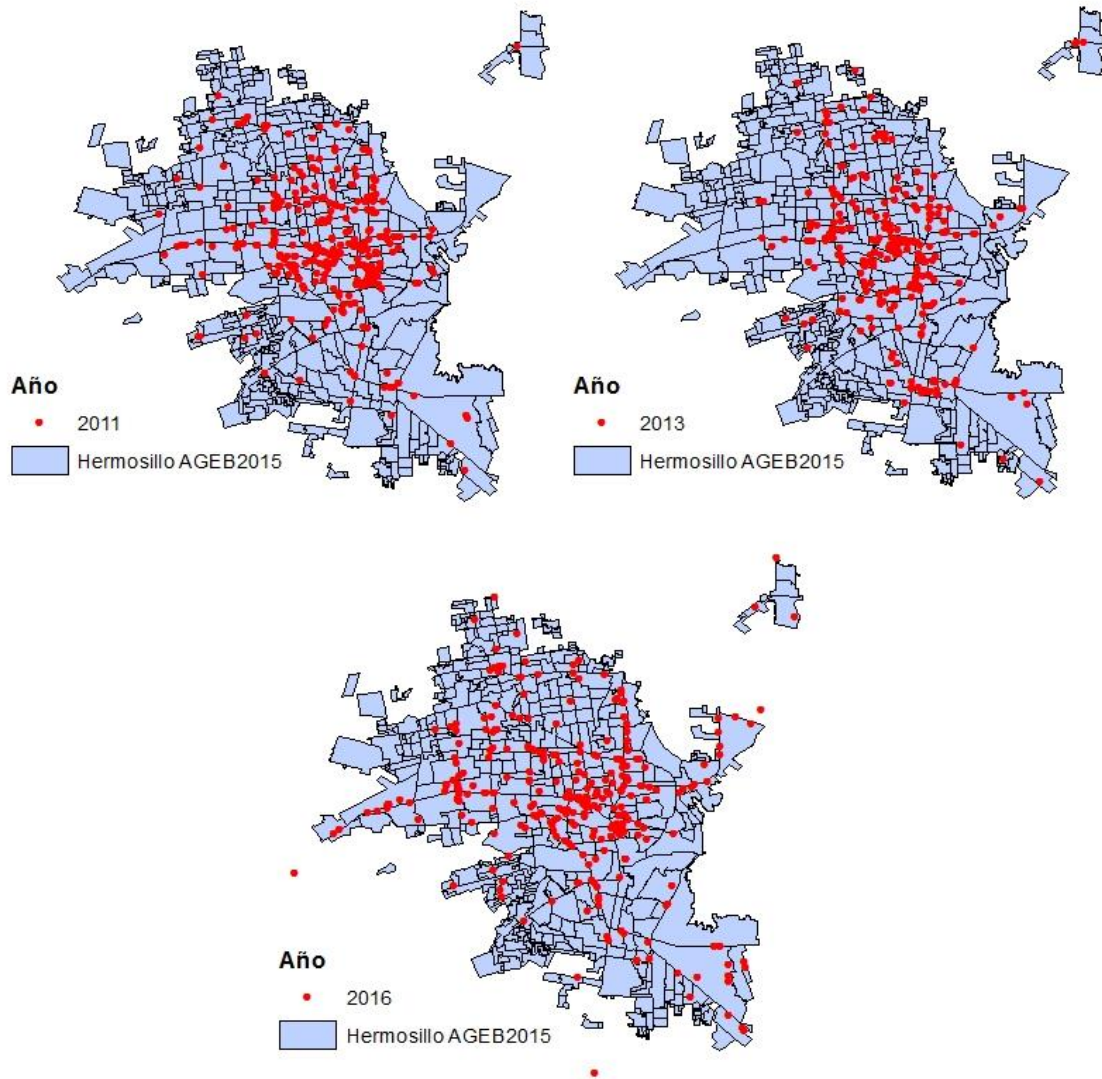
Bajo la lógica del mercado urbano, las grandes ciudades del noroeste del país han incrementado sus costos en torno al espacio, lo que pone en la mira a ciudades medias como Hermosillo. La identificación de nuevos inversionistas, así como los terrenos que se consideraban de alto costo en la ciudad, han recibido clientes de otras entidades de la república. Al respecto, se retoman fragmentos de una entrevista aplicada a los promotores inmobiliarios en Hermosillo.

“Por ejemplo terrenos sobre el bulevar Colosio, de 3, 4 ó 5 millones de dólares, que para los inversionistas más conservadores y ricos de la ciudad, como yo tengo dinero, yo puedo bajarme y negociar mucho los precios, pero de repente llegó una ola de inversionistas de fuera, que dijeron están muy baratos estos terrenos. Es donde aplica la famosa frase “¿barato para quién?, ¿caro para quién?”, y se empezaron a hacer algunas inversiones principalmente sobre el bulevar Colosio” (Promotor inmobiliario de Propiedades Brick MX; Hermosillo, Sonora 15/08/2016).

“Afortunadamente, llegó la visión de las personas de afuera de asociarse con inversionistas locales, fueron haciendo alianzas con los dueños de los terrenos y construyeron torres, con un porcentaje dividido. Eso está haciendo que la ciudad se esté volviendo interesante para invertir.” (Promotor inmobiliario de Next Bienes Raíces; Hermosillo, Sonora 9/12/2016)

La intensificación del mercado fue tomando lugar particularmente en las zonas vinculadas a los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste. La presencia de unidades económicas fue marcando la pauta para corredores comerciales y de servicios en los siguientes años, a partir de las intervenciones de los grandes proyectos.

Mapa 1. Comparativo de unidades económicas en Hermosillo, Sonora.



0 3.25 6.5 13 Kilometers

Fuente: INEGI DENU 2011, 2013, 2016.

Nota: Las divisiones incluidas en este mapa corresponden a los AGEBS, generados por INEGI 2015.

Las dinámicas del mercado han sido interpuestas desde las plazas y centros comerciales de los megaproyectos urbanos, se presentó como una forma de reconfigurar la imagen de la ciudad, con el fin de seguir adquiriendo más inversores, integrando conglomerados urbanos que seden a una propuesta de ciudad, que encara la posibilidad de expandir no sólo la oferta urbana, sino también la mancha hacia zonas principalmente donde se ha rentabilizado el suelo.

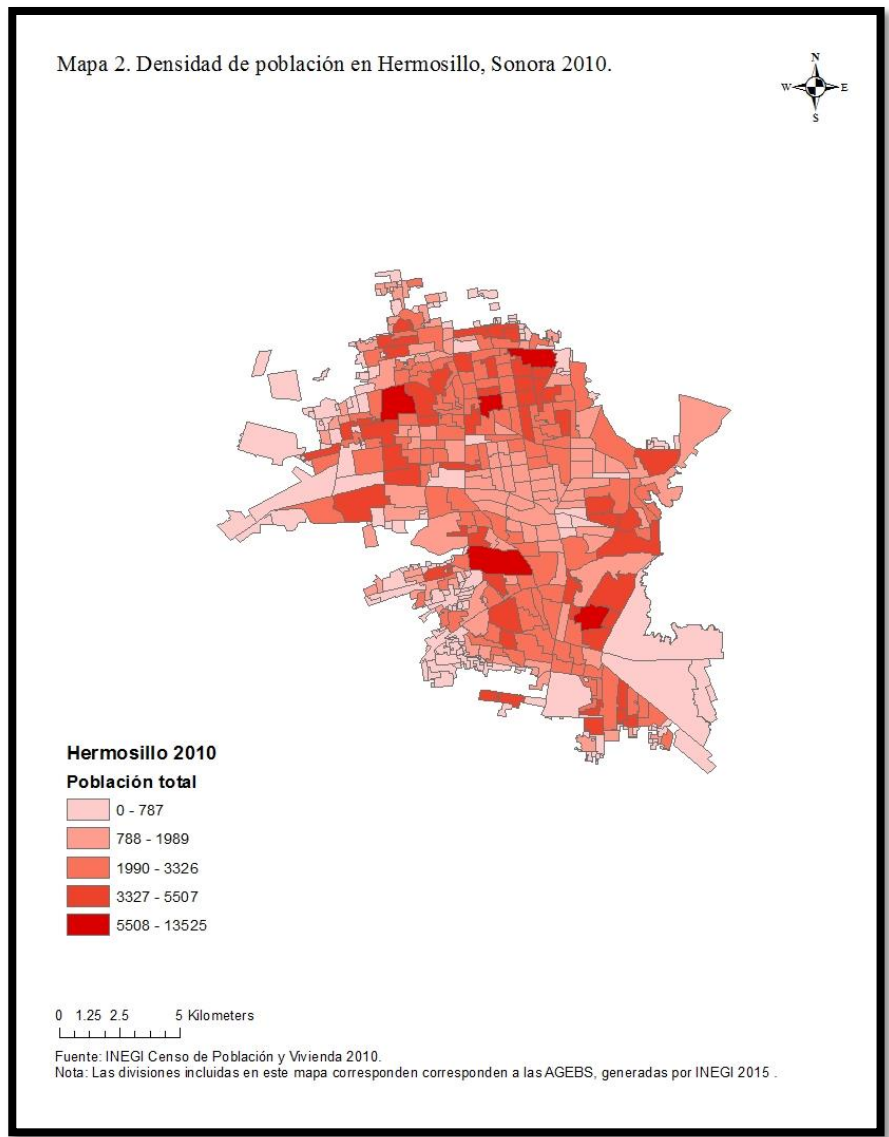
Vivienda

La activación del sector inmobiliario se fue configurando en la escena urbana primordialmente por medio del desarrollo de vivienda residencial cerrada, lo que dio lugar a la integración de zonas con un mayor desarrollo económico. Las zonas norte, norponiente, nororiente y poniente de la ciudad, se han logrado posicionar con una gran diversidad de proyectos de vivienda que se han incorporado al mercado con una importante oferta, primordialmente para sectores de medio-alto y alto poder adquisitivo. Es importante señalar que la cadena de inversiones se ha diversificado y abierto a partir del fomento del patrimonio familiar, por medio de la apertura de la banca privada, derivado de los cambios en la gestión de créditos para vivienda en INFONAVIT, así como en el subsidio federal mediante la Comisión Nacional de Vivienda.

El posicionamiento de la vivienda en fraccionamientos cerrados ha logrado su auge brindando exclusividad, estatus social, así como la posibilidad de adquirir un espacio diferenciado para las clases medias y altas que se proponen elegir un estilo de vida. La diversidad de planes de financiamiento se ha encontrado más apegada a las posibilidades de la población, lo que pone en posibilidad de compra la vivienda en comunidades cerradas. Por otra parte, el aumento de la inseguridad ha propiciado la integración de un discurso que favorece la demanda de viviendas en fraccionamientos

cerrados, que prometen espacios tranquilos, y que incluyen áreas sociales (en algunos casos alberca), rejas automatizadas y accesos con seguridad las 24 horas del día.

En esta lógica, las zonas que fueron incorporando mayor densidad poblacional para el año 2010, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del INEGI, fueron las aledañas a los megaproyectos. Se fueron habitando los polígonos ubicados en torno al Proyecto Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, mientras que para el Proyecto Vado del Río se fueron consolidando las zonas ubicadas al final del bulevar Paseo Sonora.



La oferta urbana vinculada a la vivienda fue dando lugar a zonas que se habían encontrado aún sin urbanizarse fuera de los megaproyectos. Esto dio lugar a su diversificación hacia segmentos económicos, populares, tradicionales y media residencial, que fueron quedando a la deriva de la planificación de los megaproyectos.

Cuadro 18. Inventario de vivienda vigente a diciembre del 2015.

2015	Segmento	Número de viviendas
	Económica	797
	Popular	4017
	Tradicional	1890
	Media Residencial	1062

Fuente: Comisión Nacional de Vivienda 2017.

La intervención de los megaproyectos en Hermosillo 2004-2015 se presentó como una vía para la aparición de nuevas zonas urbanizadas, dirigidas a sectores socioeconómicos altos. No obstante, la intensificación de la vivienda emergió de los estratos económicos bajos y medios, los cuales se fueron colocando principalmente en las zonas periféricas de la ciudad. A su vez, la oferta y el consumo de vivienda en Hermosillo presentó para 2010 un aumento con respecto al 2000. En el primero se presentaron 270 mil 758 viviendas ofertadas, con un consumo del 95 por ciento, mientras que para el segundo se ofertaron 147 mil 272 viviendas, con un consumo del 99 por ciento. El aumento en comparación entre el 2000 y 2010 fue de 123 mil 478 viviendas, representado un incremento del 45 por ciento (Véase el Cuadro 19).

Cuadro 19. Evolución histórica de oferta y consumo de vivienda en Hermosillo.

Hermosillo	2000	2005	2010
Oferta de vivienda	147, 272	229, 768	270, 758
Consumo de vivienda	146, 947	217,242	257, 694

Fuente: Comisión Nacional de Vivienda 2017. Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda.

La oferta urbana, por medio de la intervención del mercado, a partir de los megaproyectos que buscaron la expansión citadina dio paso al poblamiento de la ciudad, acompañado del crecimiento del parque inmobiliario en torno a la vivienda. De manera paralela a la introducción del mercado de plazas y centros comerciales, fueron tomando lugar segmentos urbanos caracterizados por el alto valor adquisitivo, para los cuales existía una propuesta de imagen enfocada a un sector especializado en comercios y servicios.

La planificación estratégica aplicada en los megaproyectos Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, dio lugar a la estratificación dirigida a los sectores económicos altos de consumo, por medio de la localización de los proyectos en zonas denominadas de crecimiento, aunado a las propuestas de vivienda residencial y la localización de unidades económicas especializadas.

4.1.3 Proyecto de ciudad

Las intervenciones urbanas realizadas a partir de los Proyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte (2004-2009) y Plan Maestro Puerta Oeste (2010-2015), fueron marcando un importante precedente en la transformación de ciertos sectores de la ciudad, al abrir el mercado hacia la puesta en valor de corredores comerciales y de servicios y la integración de zonas residenciales de media y alta plusvalía. Una de las vías para darlos a conocer consistió en la difusión de videos promocionales. Para el caso del Plan Sonora Proyecta se desarrollaron spots publicitarios y programas televisivos transmitidos en Telemax. De esta manera se señalaban las potencialidades de Sonora y su capital, por medio del discurso, imágenes en 3D y tomas aéreas de la ciudad. De tal forma, se presentaba el megaproyecto Hermosillo Vado del Río como una propuesta de ciudad de primer mundo, enfocando la oferta urbana a la atracción de grandes capitales

de inversión mediante la implantación de empresas transnacionales en complejos urbanos.

En cuanto al Plan Maestro Puerta Oeste, su video promocional consistió en un render con duración de 5 minutos, en el que se exponían los posibles escenarios en 3D para este nuevo sector. El desfile de imágenes se presentaba acorde a un proyecto de ciudad con grandes potencialidades para el crecimiento urbano ordenado y el esparcimiento público.

Con el fin de que los entrevistados identificaran el proyecto de ciudad, se les presentaron los videos promocionales de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río y Plan Maestro Puerta Oeste. Al visualizar cada uno de los videos promocionales, los habitantes expusieron diversas opiniones, cuestionaron la propuesta desde su dimensión funcional, e incluso jugaron con los lemas estratégicos. Así se presentan los apartados ciudad ficción, ciudad vanguardista y ciudad para inversionistas, como emergentes categorías de análisis.

En cuanto a los hallazgos, hablamos de una ciudad que no existe, una ciudad ficción que dista de lo que se muestra o busca vender, una ciudad maravillosa pero que no se termina de anclar a la realidad. Esa es la ciudad ficción, la que nos muestran, pero que no identificamos en la realidad.

“Una que no existe” (Masculino, 35 años, periodista, residente en la colonia Villa Residencial Bonita).

“Pues, algo muy diferente a lo que yo estoy, algo menos real. No tan... no sabría decirte. Se me hace algo irreal, algo que no se cumplió. ¿Beneficios? A los que vivimos cerca de por aquí, que somos pobladores de aquí, no nos benefició en nada” (Femenino, 54, comerciante, residente en Colonia Villa de Seris).

“Muy maravillosa, muy maravillosa (...) que no la tenemos para nada. Pues la mayoría de las cosas no las tenemos en la ciudad” (Femenino, 65 años, hogar, residente en Colonia La Verbena).

“Lo que nos gustaría que fuera (...), con más seguridad, que hubiera más espacios recreativos, una mejor policía, más trabajos” (Femenino, 41 años, empleada, residente en la Colonia Villa Residencial Bonita).

Por otro lado, surge la ciudad vanguardista vinculada a la modernidad, al progreso, al avance, a la innovación y al futuro. En ese sentido, los proyectos son modelados en torno a representaciones que responden a los imaginarios urbanos de la modernización. Desde la perspectiva de los ciudadanos de Hermosillo, los tres megaproyectos buscaron replantear el esquema urbano desde la modernización, apoyados en el diseño de infraestructura competitiva.

“Una ciudad vanguardista, y con nuevos proyectos” (Femenino, 35 años, hogar, residente en Colonia Centenario).

“Una ciudad moderna, diferente a la que estaba en ese tiempo” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Villa Bonita).

“Una ciudad moderna, donde haya un flujo de capital que atraiga al inversor. Y creo que también se maneja una ciudad de vanguardia con respecto a las ciudades del noroeste” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“Una ciudad vanguardista, se presentan muchos edificios, centros de negocios para inversionistas, una ciudad futurista” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

En cuanto a los habitantes ubicados en torno al Proyecto Hermosillo Puerta Norte, la perspectiva es similar:

“Una ciudad vanguardista como ahí lo dice, que va a la vanguardia (...) que está visualizando a futuro y que trae muchos proyectos de inversión privada y también de inversión del estado” (Femenino, 42 años, promotora inmobiliaria, residente en Colonia López Portillo).

“Se pone una ciudad vanguardista moderna, a la par de otras ciudades de México, de otras ciudades capitales” (Femenino, 30 años, hogar, residente en Residencial Villa Toscana).

“Más que una ciudad vanguardista, una ciudad quiere mejorar algunos detalles, concentrándose solo en algunos lugares” (Masculino, 38 años, empresario, residente en Residencial Cumbres).

“Una ciudad grande, con grandes progresos urbanos” (Femenino, 20 años, estudiante, residente Colonia Bugarvilias).

De la misma manera, los habitantes aledaños al Plan Maestro Puerta Oeste, al visualizar el render señalaron su visión de una ciudad próspera, de crecimiento y desarrollo económico:

“Una ciudad próspera, en crecimiento, que la ciudad tiene mercado para poder llenar todos espacios de departamentos, comercios, bueno, se creó la necesidad del nuevo estadio. Eso muestra que la ciudad es exitosa, y que está en constante crecimiento” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

“Una ciudad con muchísimo desarrollo inmobiliario, con muchas áreas verdes, con una zona de lagos que se me hace muy irreal, y con un estadio de beisbol como principal propuesta, como el principal detonante de desarrollo de esa zona” (Masculino, 28 años, empresario, Residencial Corceles).

“Pues me parece como el *downtown*, como el área céntrica de una ciudad de Estados Unidos, pero como que no me queda claro así como una ciudad con su propia identidad o personalidad, pues (...) podría ser Phoenix, el centro de Los Ángeles, podría ser cualquier ciudad, pero se me hizo difícil pensar en términos de Hermosillo, hasta que vi el estadio. Pero ya al final entendí que era el proyecto o es la intención, que más adelante alrededor del estadio se desarrolle como otro polo urbano” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

Para algunas personas, las ciudades son determinadas bajo las líneas del mercado y la búsqueda de afluencia de capitales que va mostrando nuevos espacios con el fin de satisfacer al mercado. En esa lógica, la ciudad determina una serie de posibles

consumidores catalogados desde su capacidad económica. Surgen empresarios, inversores, turistas, visitantes y, por último, los habitantes, como sus principales focos de atención, en torno a los cuales se van articulando cada uno de los proyectos urbanos.

Este hecho ha sido evidente, al señalar cada una de las condiciones bajo las cuales los megaproyectos han tomado rumbo, con el fin de densificar sólo ciertas zonas de la ciudad. Se les presentaron a los entrevistados los videos promocionales de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río y Plan Maestro Puerta Oeste gestionados por IMPULSOR (2007, 2011), con el fin de que identificaran para quién se hace la ciudad.

A continuación se presentan algunos de los fragmentos de entrevistas aplicadas a habitantes de la zona del Proyecto Vado del Río, en las cuales se les cuestiona hacia quién van dirigidos los megaproyectos.

“Me imagino que gente de fuera, inversionistas, extranjeros, no necesariamente gente de Hermosillo. Gente de fuera” (Masculino, 35 años, periodista, residente en Colonia Villa Bonita).

“No tengo idea, no creo que esté dirigido a grandes empresarios realmente, ya que la información que reciben los grandes empresarios es de otra índole, probablemente esté dirigido a las PYMES, a pequeños inversionistas, a medianos, gente que puede interesarse sobre las proyecciones de determinada ciudad porque tiene planes de inversión económica, que a la mejor no están vinculados con la inversión que presenta el video, pero que sí les puede afectar de alguna manera en la toma de decisiones, que puede ser emprender un pequeño o mediano negocio. Pequeños y medianos empresarios” (Masculino, 28 años, profesionista, residente en Colonia Centro).

Con relación al Proyecto Hermosillo Puerta Norte, se identifica como una zona dirigida a potenciales inversionistas que buscan integrarse a la ciudad a partir de espacios enfocados a generar negocios, o bien a un cierto sector de la población con cierto poder adquisitivo.

“En sí me parecería más dirigido a la inversión privada, a los inversionistas. Yo creo que va más dirigido a ese punto, más que nada porque no te habla específicamente del desarrollo urbano, en sí está hablando que se va a extender, pero no te habla de la población, creo que va dirigido a inversionistas” (Femenino, 43 años, promotora inmobiliaria, residente en Colonia López Portillo).

“A empresarios. Yo lo siento como que va la inversión no más para ellos mismos” (Femenino, 35 años, empresaria, residente en Residencial Palermo).

“Al sector industrial, a inversionistas” (Masculino, 65 años, pensionado, residente en Residencial Banus).

“A gente que quiere invertir, más que personas inversionistas, a personas que buscan espacios para construir negocios” (Masculino, 38 años, empresario, residente en Residencial Cumbres).

“Estaba más dirigida a personas con buen ingreso, la gente de dinero, que tiene cómo financiarse” (Masculino, 65 años, médico, residente en Residencial Santa Lucía).

En cuanto al Plan Maestro Puerta Oeste, se reconoce que la ciudadanía no fue el objetivo del megaproyecto urbano. Se habla de un sector especializado que identifica zonas de potencial inversión, conformado a partir de empresarios, así como a grupos de poder interesados en desarrollar proyectos de construcción:

“Pues a la ciudadanía no, tenlo por seguro, porque no lo entiende. Iría dirigido más bien a personas que conocen de construcción, porque son las que identificarían las áreas o las partes donde va a ver construcción” (Femenino, 53 años, funcionaria pública en educación, residente en Residencial Conquistadores).

“Me pareció que a un sector empresarial, que a la mejor está pensando en los negocios que pueda desarrollar, pero trata de llegar a la gente a partir de elementos más regionales, a través del béisbol, como que tratan de llegarle más a los sonorenses, pero no siento que vaya dirigido como al grupo de la población, como poder decir ‘ustedes van a poder disfrutar a través de estos espacios’; más que nada como que presentan un proyecto a inversionistas, aunque se supone que circuló en medios para toda la población” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

“Va dirigido a inversionistas, porque, si mal no recuerdo, el proyecto se presentó así, donde se invitó a promotores, inversionistas, a gente de la localidad que tiene la capacidad para hacer esas inversiones; luego se dio a conocer a la comunidad, así como de ‘en la Puerta Oeste se harán este tipo de obras’, así ya cada quién ve qué puede aportar a este tipo de zona” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

“Va dirigido como a inversionistas como a la población, para que conozcan las atracciones que va a ver, pero más que nada a inversionistas” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

4.1.4 Hallazgos

La ciudad de Hermosillo (2004-2015) ha orientado su oferta hacia la promoción y la difusión de grandes proyectos, buscando optimizar la confianza en el mercado como principal agente de cambio de las condiciones urbanas. Sus propuestas se han mostrado dispersas en la trama urbana, en la búsqueda de potencializar las inversiones económicas como principal atractivo para el mercado urbano.

En el caso de Hermosillo, los megaproyectos se han integrado a la planificación estratégica, generando ofertas urbanas que han fomentado el uso del suelo de acuerdo a las demandas del mercado, dando lugar a la hegemonía del capital privado, en la conformación de zonas comerciales y residenciales que emergen en torno a los grandes proyectos.

Pese a que los megaproyectos en Hermosillo, Sonora (2004-2015) contribuyeron a la consolidación de zonas emergentes, no lograron representar la totalidad de la producción del suelo urbano, lo que pone en evidencia los límites de la planificación estratégica y el marketing urbano enfocado a sectores altamente estratificados.

De acuerdo con Muxí (2004), las ciudades son pensadas por grupos empresariales que ejercen operaciones a gran escala. El modelo arquitectónico que prevalece ha sido el americano, generando modelos de producción, apropiación del espacio y creación de su imagen. Hermosillo no ha escapado al modelo, dejando impresa en su diseño una idea de prosperidad que ha dado entrada a inversores que integran primordialmente plazas y centros comerciales, así como zonas residenciales cerradas de media-alta y alta plusvalía.

La ciudad se ha encontrado sujeta a la disposición de las iniciativas del Estado conforme a la integración de espacios para el consumo, la cultura y el entretenimiento como su principal oferta urbana. Los grandes proyectos han llevado a sectorizar la ciudad, dando lugar al repliegue de sectores más dinámicos económicamente sobre otros. La ciudad ha logrado configurar una imagen para ciertos espacios, dejando en la espera a otros. La capacidad de la ciudad de resolver la oferta urbana se vuelve segregada y con una alta búsqueda de legitimar las propuestas que se han presentado hasta hoy.

Su proyección a largo plazo resulta incongruente con sus objetivos alcanzados, dando lugar a intervenciones ambiciosas que son abandonadas tras cada periodo administrativo gubernamental. No obstante, su potencial como zonas de inversión prevalece debido a la alta especulación de sus espacios como consecuencia de los megaproyectos.

Las representaciones e imaginarios emergen de propuestas de ciudades, a partir de la multiplicidad de escenarios ficticios y fragmentados retroalimentados por propuestas mercadológicas que privilegian la estratificación social y económica de las clases altas. En ese sentido, los megaproyectos buscan legitimar el bienestar común de un sector social, consolidando zonas urbanas privilegiadas promovidas por la vía pública y privada.

La ciudad vanguardista se sitúa en la modernidad, la innovación y el futuro. La ciudad en torno a la inversión económica recrea su condición, buscando articular nuevos espacios para la atracción de capitales. Desde la mirada de los ciudadanos, los megaproyectos están dirigidos a los inversionistas, grupos de poder integrados por empresarios y políticos.

Las necesidades de los ciudadanos se encuentran situadas en la espera de consolidar los megaproyectos, y así contribuir a una mejor calidad de las condiciones urbanas. No obstante, las expectativas se desvanecen ante la inexistente relación de los objetivos planteados con la realidad urbana, dada la falta de seguimiento a la planificación y regulaciones legislativas que permitan un ejercicio transparente y consecuente en torno a las intervenciones. A su vez, los espacios urbanos a partir de los megaproyectos se han encontrado sujetos a la privatización, poniendo en evidencia la alta necesidad de espacios públicos, así como un debido tratamiento a las problemáticas urbanas derivadas de los emplazamientos y manejos arbitrarios en su gestión.

Los principales atractivos urbanos en torno a la ciudad de los grandes proyectos se representan desde centros culturales, de consumo y deportivos. Su reestructuración urbana, como otra forma de intervención, ha permitido diversificar la oferta en torno a proyectos ancla para el desarrollo y el crecimiento urbano segmentario.

4.2 Puesta en valor

Desde la dimensión económica, la puesta en valor permite analizar el posicionamiento de las ciudades mediante la evaluación de las condiciones que les permiten mantenerse en la competencia, al retomar las intervenciones urbanas que diversifican la oferta y que se convierten en referentes de sus capacidades urbanas.

La planificación estratégica y el marketing juegan un papel crucial al promover en las ciudades el posicionamiento del valor único y diferenciado de sus potencialidades. Bajo esta lógica, los grandes proyectos urbanos emergen como una vía para dar a conocer puntos de atracción para capitales inversores, y por ende nuevos consumidores.

A través de la identificación y el posicionamiento de los atributos tangibles e intangibles en las ciudades, se busca generar valores y códigos de identificación que les

permita lograr un grado de satisfacción para su público. El espacio urbano no sólo busca presentarse como un lugar dónde habitar, sino también como un punto de referencia y diferenciación de otras sedes urbanas.

En el siguiente apartado se describen las estrategias de planificación y mercadológicas que emergen desde los megaproyectos urbanos mediante la integración de enclaves urbanos para su puesta en valor y la recuperación de elementos emblemáticos. Se busca analizar las recomposiciones urbanas derivadas de los procesos económicos desde una mirada política y estética, que ejemplifican las intervenciones urbanas como elementos de distinción para una ciudad.

Desde el análisis de la puesta en valor se propone describir y explicar las propuestas de intervención urbana generadas en torno a los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, que tuvieron como proyectos anclas obras como MUSAS (2004-2009) y el Estadio Sonora (2010-2015).

A su vez, se retoma el tema de la recuperación de espacios emblemáticos como una vía para el rescate de los principales puntos de atracción urbana, vinculados a los orígenes e historia de la ciudad. También se incluyen las propuestas de espacios públicos elaboradas para cada uno los megaproyectos con el fin de posicionarse como lugares atractivos para la población local y el turismo, y al final se incluye una serie de opiniones y perspectivas de los ciudadanos en cuanto a las intervenciones realizadas, que han apuntado hacia la puesta en valor de Hermosillo, Sonora (2004-2015).

4.2.1 Musas y Estadio Sonora

Los megaproyectos en Hermosillo, Sonora (2004-2015) buscaron posicionarse en la escena urbana mediante la valorización de la cultura como una vía para consolidar

espacios para el consumo tanto local como turístico, con excepción de Hermosillo Puerta Norte, que no incorporó ningún proyecto ancla en su diseño.

Los edificios MUSAS y Estadio Sonora representan intervenciones arquitectónicas que buscaron colocarse como referentes para el arte y el deporte a nivel internacional, consolidándose como enclaves para la puesta en valor de la capital sonoreense.

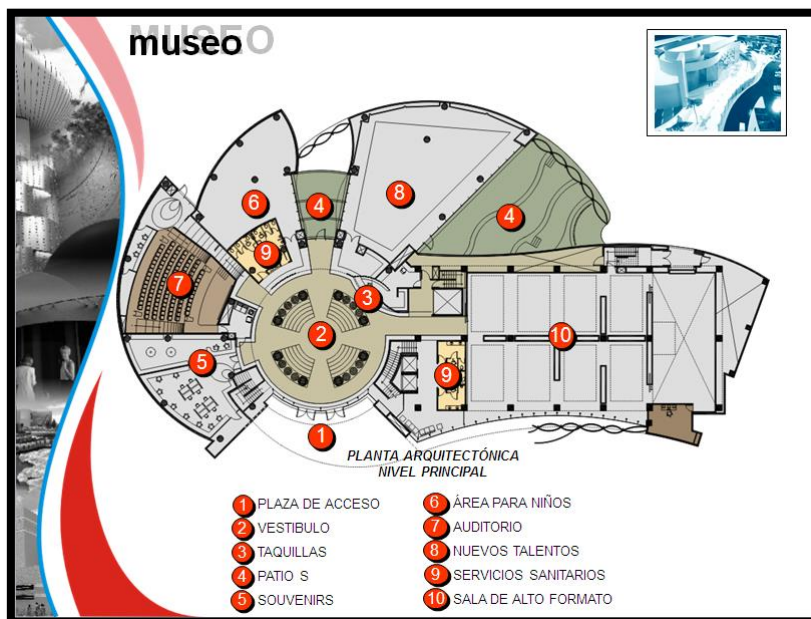
A continuación se describe el caso de MUSAS, derivado del Proyecto Hermosillo Vado del Río y el Estadio Sonora, del Plan Maestro Puerta Oeste. Se considera su propuesta arquitectónica, así como sus contribuciones a la difusión del arte y la cultura deportiva en la región.

Inaugurado en el 2009, el Museo de Arte de Sonora (MUSAS) fue creado como un espacio para las artes, el desarrollo humanista, económico y social, identificando la integración de las actividades artísticas como un aspecto fundamental para la mejora de la calidad de vida, la creatividad y la capacidad de convivencia. Se concibió a partir de infraestructura de primer nivel, detonador de la cultura y el turismo a nivel regional en el norte de México y el suroeste de Estados Unidos (MUSAS 2018).

La obra fue diseñada por los arquitectos Alejandro Puebla Gutiérrez y Angelina Muñoz Fernández, ambos de la firma Puebla Arquitectos, que fue reconocida con el primer lugar y medalla de oro en la Primera Bienal Sonorense de Arquitectura, en el año 2009 (Proyecto Puente 2016).

El edificio principal, MUSAS, se integra de tres plantas donde se ubican tres de las salas de exhibición. La planta arquitectónica principal incluye plaza de acceso, vestíbulo, taquillas, patio, *souvenirs*, área para niños, auditorio, servicios sanitarios y sala de alto formato.

Imagen 18. Planta Arquitectónica, nivel principal, MUSAS.



Fuente: Gobierno del Estado de Sonora, 2009.

En cuanto a la actividad artística y cultural, el museo integra una colección de obras del acervo artístico del estado, integrado por piezas ganadoras de concursos y bienales de arte organizadas por el Instituto Sonorense de Cultura, así como piezas recibidas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público de México, las cuáles conforman la colección permanente (Musas 2018).

Se mantiene un registro de exposiciones desde 2011, entre las cuales destacan la colección Arte y Cuerpo del Museo Rufino Tamayo; parte de la colección de Orozco y Siqueiros; la obra de Francisco Toledo; Mi vestido cuelga ahí, de la colección de FEMSA de Frida Kahlo, así como diferentes exposiciones de artistas reconocidos a nivel estatal y nacional. Entre los servicios que ofrece MUSAS se encuentran actividades educativas, cursos, talleres y visitas guiadas para escuelas de nivel primaria, secundaria y preparatoria (MUSAS 2018).

Por su parte, el Estadio Sonora, inaugurado en 2013 en el marco de la Serie del Caribe, se creó con el objetivo de brindar un mayor estímulo a las actividades deportivas de la región, principalmente al beisbol de ligas nacionales e internacionales.

De acuerdo a portales deportivos, se considera en el tercer lugar en el ranking de los 30 mejores estadios, con un nivel competitivo internacional, y comparado con otros inmuebles ubicados en Asia y América Latina (Expresso 2017).

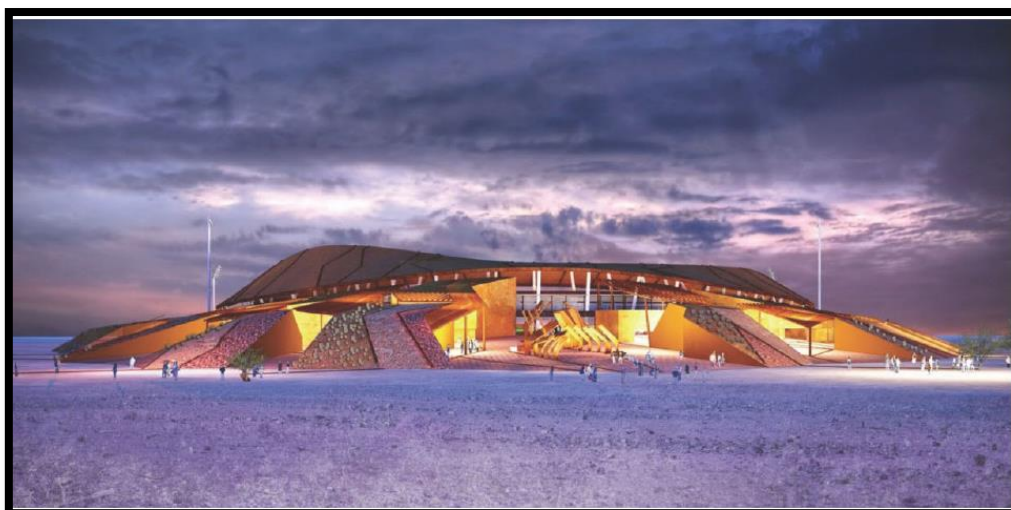
La obra estuvo a cargo de GSH Studio: Urbanism, Architecture, Landscape, bajo la dirección del arquitecto Gustavo Sánchez Hugalde. Con experiencia en más de 120 proyectos alrededor del mundo, incluidos América, Europa y Asia (Gshstudio 2018). Entre sus reconocimientos surge el Premio a Obra del año 2013, otorgado por la Revista Obras, así como el Premio ArchDaily Building of the Year 2017, en su modalidad de arquitectura deportiva.

La construcción del Estadio Sonora se basó en un modelo de parque similar al estadio de Arizona, con las características de un inmueble de Triple A. Entre las particularidades que distinguen su diseño arquitectónico se encuentran sus elementos iconográficos de la región, representando al cráter El Colorado, ubicado en la Reserva de la Biósfera El Pinacate.

El Estadio fue diseñado bajo los estándares de calidad de las Grandes Ligas y su proceso creativo fue aprobado por la directiva de los Diamond Backs de Arizona y por representantes de la Major League Baseball (MLB). La estructura interior del campo fue diseñada, construida y supervisada de acuerdo a las normas internacionales y materiales de alta tecnología bajo la superficie de campo (Archdaily 2016).

El edificio cuenta con una capacidad para 16 mil espectadores con accesibilidad total para gente con capacidades especiales, butacas de polipropileno, bancas de aluminio de alta resistencia en *bleachers* y un diseño de flujos y direcciones que permiten su desalojo en un tiempo aproximado de 15 minutos en promedio.

Imagen 19. Diseño arquitectónico de Estadio Sonora.



Fuente: Gshstudio, 2018.

El edificio principal cuenta con palcos privados y un área de eventos desde donde se puede contemplar el *skyline* de la ciudad en el horizonte. En el sótano, la Casa Club del equipo local está totalmente equipada con zonas de regaderas, zonas de descanso y recreación, masajes, vestidores, gimnasio, túnel de bateo, zonas de servicios, estacionamiento y un área para la prensa.

Su equipamiento tecnológico incluye una pantalla de LEDS de 17x14 metros, sistema MUSCO en las seis torres de iluminación, circuito de seguridad y sonido con un sistema periférico de capacidad envolvente, cabinas para transmisión de medios y ubicación de cámaras de acuerdo a los estándares internacionales (Archdaily 2016).

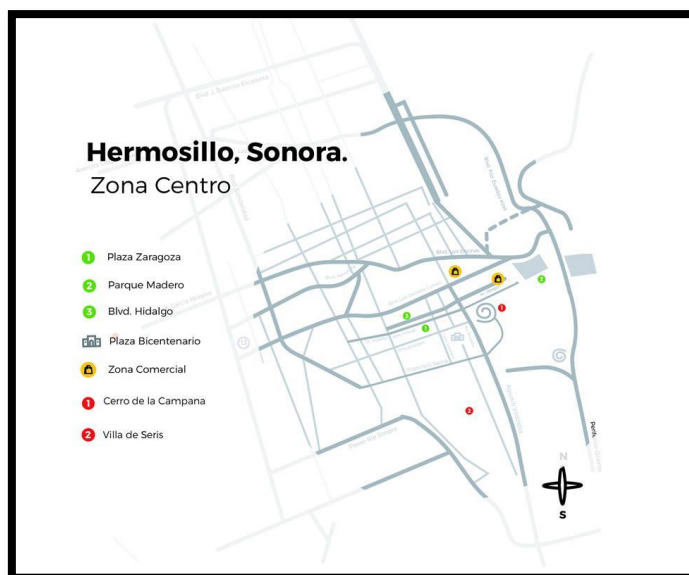
Tanto MUSAS como el Estadio Sonora representan enclaves en valor que han buscado posicionar a Hermosillo en la escena internacional a partir del arte y el deporte. Sus intervenciones radican en reconocidas aportaciones a la arquitectura local, dado su diseño, técnicas constructivas y la utilización de materiales. Asimismo, es posible reconocer su capacidad de atracción para público especializado, dados los giros de sus actividades.

4.2.2 Recuperación de espacios emblemáticos

Una de las vías para garantizar la puesta en valor en conjunto con los megaproyectos urbanos en Hermosillo (2004-2015), surgió gracias a las intervenciones estratégicas con el fin lograr la recuperación de espacios emblemáticos. Esta iniciativa fue impulsada por diversos niveles de gobierno (municipal, estatal y federal) con el fin de renovar la imagen urbana mediante espacios considerados como puntos de referencia local.

Las intervenciones urbanas para lograr la recuperación de espacios emblemáticos se concentraron en el centro histórico y comercial de Hermosillo, Cerro de la Campana y Villa de Seris (Imagen 20). A continuación se aborda cada uno, con el fin de dar a conocer la manera en la que se fueron articulando de manera acorde a los megaproyectos urbanos, así como su proceder en torno a su recuperación como espacios emblemáticos.

Imagen 20. Intervenciones urbanas en la zona centro de Hermosillo, Sonora (2004-2015).



Fuente: Elaborado por Estefanía Anaya.

Rescate del Barrio Antiguo de Villa de Seris

Villa de Seris es considerado uno de los barrios emblemáticos de Hermosillo. Vinculado al origen de la ciudad, fue fundado alrededor del siglo XVII como uno de los puntos de encuentro de las Provincias de Sinaloa y Sonora, dando lugar a los primeros asentamientos urbanos organizados a partir de presidios, los cuales fueron habitados y gestionados por la Colonia Española (Estrada 2016).

Uno de los objetivos de la administración gubernamental 2004-2009 fue consolidar un corredor cultural en Villa de Seris a partir de la creación de MUSAS, como parte del megaproyecto Hermosillo Vado del Río. Las obras se estimaron con una inversión de 22 millones de pesos, con los cuales se construyó un andador histórico con esculturas e imágenes de piedra, fuentes de cantera, árboles y bancas de columnas de concreto. También se incluyó la rehabilitación de las calles Bravo, Rosales, Ignacio Zaragoza, Hidalgo, Garmendia, Ángela Peralta y el Callejón Noriega (Álvarez 2009).

Imágenes 21 y 22. Andador Histórico de Villa de Seris.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

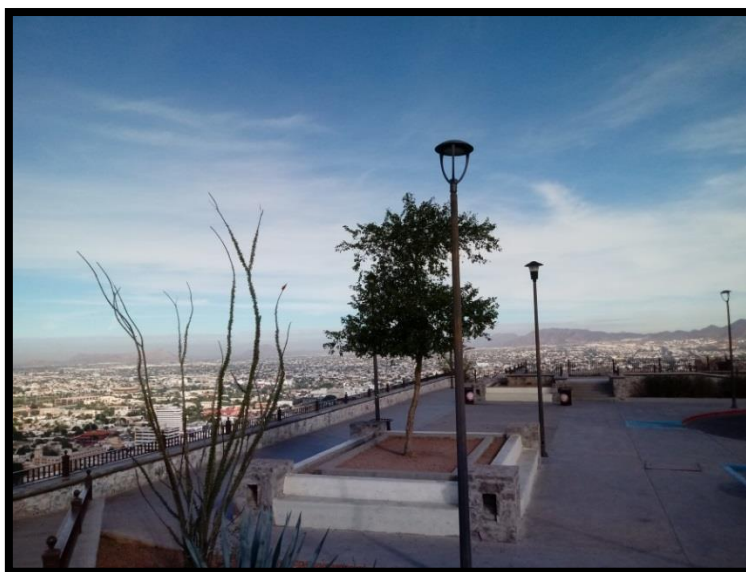
Es importante señalar que el objetivo de articular Villa de Seris con las actividades culturales de MUSAS no se logró. Por el contrario, el Andador Histórico de Villa de Seris ha sido abandonado y vandalizado, lo que ha venido a generar gran inconformidad entre sus habitantes.

Remodelación del Cerro de la Campana

Otro de los puntos emblemáticos de Hermosillo es el Cerro de la Campana, considerado mirador escénico de la ciudad. La obra fue realizada en el periodo municipal 2009-2012 durante la administración municipal de Javier Gándara Magaña. De acuerdo a los informes realizados por el Ayuntamiento de Hermosillo, 120 millones de pesos se invirtieron en el Programa de Imagen Urbana; 3.1 millones de pesos en alumbrado público, y 6 millones de pesos en la remodelación del mirador. Se realizaron dos mil metros cuadrados de pavimentación, se construyeron miradores, jardineras, bancas, tiendas de snack y sanitarios (Uniradio Noticias 2012).

Dentro de las obras de remodelación, también fueron incluidas las siglas “HMO” como parte de la estrategia de marketing empleada por el Municipio, con el fin de posicionar a Hermosillo como un destino turístico.

Imagen 23. Adecuaciones al mirador del Cerro de la Campana.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

Construcción de Plaza Conmemorativa Bicentenario

Entre los espacios emblemáticos en Hermosillo del periodo 2004-2015, en el Centro Histórico, sobre la antigua Plaza de la Bandera, se construyó la Plaza Conmemorativa Bicentenario, que se realizó con motivo del 200 aniversario de la Independencia de México, con una inversión de 2 mil 500 millones de pesos (Álvarez 2009).

La Plaza Conmemorativa Bicentenario forma parte del Catálogo Nacional de Proyectos para el Bicentenario, que consta de 71 obras en todo el país, entre las cuales se incluyen parques, plazas, bulevares, puentes, hospitales, entre otras. Estas intervenciones fueron promulgadas por el decreto federal en el año 2006, declarando el 2010 como año del Bicentenario del inicio del movimiento de Independencia Nacional y del Centenario del inicio de la Revolución Mexicana (Gobierno de la República 2010).

Imagen 24. Placa Conmemorativa de Plaza Bicentenario.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

Imagen 25. Plaza Conmemorativa Bicentenario y Centenario.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

Programa parcial de mejoramiento y conservación del Centro Urbano de Hermosillo

Una de las intervenciones que cobró más relevancia en el periodo del 2004 al 2015 es el Programa Parcial de Mejoramiento y Conservación del Centro Urbano de Hermosillo, presentado en 2007. La obra fue gestionada por el Instituto Municipal de Planificación Urbana de Hermosillo, dando lugar a una serie de acciones con el fin de mejorar y rescatar el Centro Urbano. Los ejes rectores de la propuesta de intervención de este proyecto fueron los siguientes: 1) conflicto en vialidad, transporte e Infraestructura; 2) falta de estacionamiento; 3) desorden del comercio en vía pública; 4) anarquía, falta de normatividad, orden y autoridad; y 5) deterioro del Patrimonio Histórico, Cultural e Imagen Urbana (PPMCCUH 2007)

El PPMCCUH fue dado a conocer como de vital importancia para la activación comercial del Centro Urbano de Hermosillo mediante la mejora de la imagen urbana y la recuperación de algunos de los edificios emblemáticos de la zona.

Imagen 26. Remodelación de fachadas en el Centro Histórico-Comercial de Hermosillo.



Fuente: Trabajo de campo, febrero 2018.

La obra fue retomada en las siguientes administraciones municipales, generando controversia y señalamientos en cuanto a la gestión de recursos, la eficiencia en la implementación de las intervenciones y la serie de problemáticas que presenta el centro urbano de Hermosillo, aún en la actualidad.

La recuperación de espacios emblemáticos en Hermosillo se convirtió en una estrategia para la activación social, cultural y económica de sitios relegados históricamente de los programas de planeación y desarrollo urbano. Estas intervenciones introducidas a la par con los megaproyectos urbanos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste en el periodo 2004-2015, buscaron reivindicar el centro urbano de la ciudad como un punto de afluencia para la ciudadanía y para fomentar la actividad turística.

No obstante, la transición gubernamental dada en el periodo 2004-2015 dio lugar a la falta de seguimiento de las intervenciones, lo que vino a poner en evidencia la necesidad de gestiones con un mayor control en su ejecución, que hagan más eficiente la inversión de recursos en la mejora de espacios emblemáticos.

4.2.3 Espacios públicos

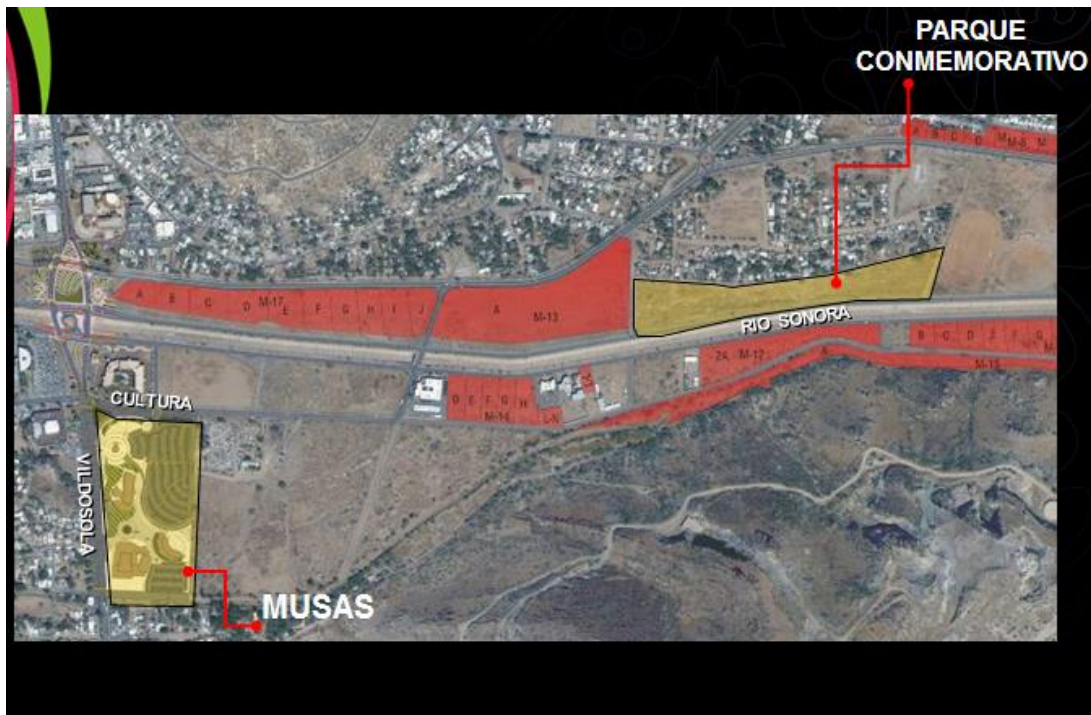
Dentro de la planeación urbana de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste (2004-2015), los espacios públicos fueron amoldándose a las condiciones del mercado y su demanda. En ese sentido, la estrategia de ubicar espacios accesibles a la población logró presentarse tan sólo como parte de su promoción de marketing, muy fuera de una realidad tangible para la población.

Parque Conmemorativo Hacienda de La Flor

Derivada del Megaproyecto Hermosillo Vado del Río, ubicada sobre el bulevar Río Sonora, esta obra nace de la necesidad de buscar un espacio en la ciudad para realizar el trasplante de 388 árboles, anteriormente ubicados en el Parque Villa de Seris, donde fueron construidas las obras de MUSAS y Gallerías Mall.

El parque se encuentra integrado por un andador peatonal, áreas de mesas y bancas, juegos infantiles, estacionamiento y áreas verdes (Gobierno del Estado de Sonora 2009). La obra ha sido abandonada y vandalizada, lo que pone en evidencia la falta de seguimiento en cuanto a su mantenimiento y la necesidad de iniciativas que permitan mantener el Parque Conmemorativo Hacienda de La Flor como una alternativa para el esparcimiento al aire libre en la ciudad.

Imagen 27. Ubicación de Parque Conmemorativo



Fuente: Gobierno del Estado de Sonora 2009.

En cuanto al megaproyecto Hermosillo Puerta Norte es importante destacar que no fue considerada ninguna propuesta en conjunto enfocada a la creación de espacios públicos. Por este motivo, han proliferado plazas y centros comerciales en la zona que han logrado consolidarse como una oferta urbana importante para la ciudad.

Parque Urbano del Vado del Río

Derivado del Plan Maestro Puerta Oeste, el Parque Urbano del Vado del Río fue diseñado bajo un modelo sustentable, retomando el ejemplo de diseño lineal del Parque Cabecera, en Valencia, España, considerando un área peatonal y recreativa para la mayoría de la población (IMPULSOR 2011).

El parque buscaba responder al déficit de áreas verdes en la ciudad mediante la adopción de vegetación autóctona, con el fin de destacar la identidad desértica de la región. De la misma manera, se buscaba fomentar la agricultura hidropónica y el saneamiento del agua de manera sustentable (IMPULSOR 2011), así como la integración de 300 hectáreas destinadas para campos deportivos cerca de la confluencia del Río Sonora (Gobierno del Estado de Sonora 2010).

Imagen 28. Render del Parque Urbano del Vado del Río



Fuente: IMPULSOR 2011.

La obra no fue realizada, dejando en la comunidad hermosillense la necesidad de una zona de esparcimiento al aire libre y con mejores condiciones para el desarrollo de su calidad de vida.

4.3 Perspectiva ciudadana

Bajo estas condiciones, las intervenciones en Hermosillo, Sonora (2004-2015), enfocadas a potencializar sus espacios en función de la población, genera una diversidad de observaciones por parte de sus habitantes. Es necesario rescatar la visión de quienes habitan la ciudad y considerar cuáles han sido los principales puntos de divergencia entre las propuestas relacionadas con los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste.

A continuación se analizan las entrevistas aplicadas a los habitantes aledaños a los megaproyectos, con el objetivo de identificar las principales deficiencias de las intervenciones, denominadas como enclaves en valor y la recuperación de espacios emblemáticos en la ciudad de Hermosillo.

MUSAS (2004-2009) y Estadio Sonora (2010-2015), obras claves en los megaproyectos Hermosillo Vado del Río y Plan Maestro Puerta Oeste, dieron lugar a una serie de cuestionamientos por parte de la población en cuanto al logro de sus objetivos. Ambas son consideradas obras que han brindado poca presencia en las dinámicas locales, con grandes problemas de planeación urbana y sin lograr contribuir al desarrollo y crecimiento continuo de la ciudad:

“Pues el Musas no llegó ni al 2% de lo que es (...) hizo nomás un salón donde es Musas (...) y realmente Hermosillo no tiene la cultura de visitar el museo, tiene más la cultura de visitar Galerías, que es el *Mall*, lamentablemente” (Femenino, 35 años, residente en Residencial Palermo).

“MUSAS, que era un complejo de siete edificios, no lo terminaron; destruyeron un área verde que era muy importante para la ciudad. Lo que es el área del Colosio (cerca del Plan Maestro Puerta Oeste) está súper mal planeada, realmente fue solamente por el tema de lograr vender terrenos y, como se dice, lograr una mega obra, pero realmente no” (Masculino, 28 años, empresario, Residencial Corceles).

“Porque lo estamos viendo en este proyecto inconcluso del área del Estadio Sonora. Ya entró otro gobierno diferente y no hemos escuchado absolutamente nada de que traigan un proyecto de continuidad. No hay continuidad en los gobiernos en cuanto a los proyectos, menos en esto de urbanidad” (Femenino, 53 años, funcionaria pública en educación, residente en Residencial Conquistadores).

Entre las consecuencias de las intervenciones generadas a partir de los grandes proyectos urbanos, surge la sectorización. En ese sentido, tanto las obras presentadas como enclaves para la puesta en valor, así como la recuperación de espacios emblemáticos, fueron ubicados en espacios denominados como competitivos frente a la recomposición urbana que venía reflejando la integración de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río y Plan Maestro Puerta Norte.

“Solo construir proyectos alrededor del Vado del Río, ahí es donde no estoy muy de acuerdo, porque para mí sería viable un proyecto, el rescate y ocupación de las zonas históricas, al final de cuentas lo que le da identidad (...) y no veo que

exista un proyecto integral, no sé, que armonizara con las diferentes maneras de la ciudad; son bien focalizados, cerca del Vado del Río, pero no son todas las colonias de Hermosillo; como si fuera la única zona destinada de Hermosillo” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

“Pues sí necesita más proyectos, porque lo más representativo ha sido en el centro de la ciudad, y puede ser que se derive que esos terrenos tengan más valor para zonas comerciales” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Colonia Cuatro Olivos).

“Cada sección tiene un atractivo principal; para el Vado del Río están los museos, que está el Estadio Sonora muy importante en la otra zona de la ciudad para el turismo” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

Una de las principales problemáticas derivadas de la planificación de los megaproyectos urbanos en Hermosillo (2004-2015) ha sido la falta de atención a las vialidades. En ese sentido, surge la necesidad de mejores accesos, así como vías alternas que permitan el tránsito en torno a MUSAS y Estadio Sonora:

“Las vialidades y la ingeniería del tráfico. Las vialidades no son buenas, no tienen buena presentación ni para los habitantes ni mucho menos para el turismo. Las vialidades yo creo que son una parte importante. Y pues yo creo que Hermosillo pudiera dar mucho, no sólo ser una ciudad de negocios, sino ser una ciudad turística o punto de reunión turística, porque tiene cosas buenas alrededor” (Femenino, 43 años, residente en Colonia López Portillo).

“Todos vienen a Galerías con tres calles principales. No hay la manera ni la forma de poder acceder a ese lugar” (Masculino, 38 años, empresario, residente en Cumbres Residencial).

“En el Puerta Oeste la vialidad es muy mala, pero no se ha logrado tonar todavía al máximo que tan mala es, porque no se ha desarrollado del todo; es peor el de la Puerta Oeste, porque se vienen más desarrollos inmobiliarios todavía, lo que va a generar más aumento de la población en esa zona. Sumándole a eso que el atractivo turístico que más flujo de vehículos jala en toda la ciudad, yo creo, es el estadio de beisbol, que ahorita ya es un caos en el bulevar Colosio” (Masculino, 28 años, empresario, Residencial Corceles).

Entre las propuestas para mejorar las condiciones de los megaproyectos urbanos en Hermosillo (2004-2015), surgen alternativas como la creación de asociaciones ciudadanas con el objetivo de generar proyectos más incluyentes social y económicamente, que permitan la participación activa de la población.

En ese sentido, se busca reconocer el potencial de diversas zonas de la ciudad, como el parque recreativo La Saucedá, que han sido relegadas por las administraciones municipales y gubernamentales. En suma, se considera la necesidad de generar proyectos que permitan desarrollar alternativas para el turismo a partir del cuidado y preservación del medio ambiente, y que además consideren a los ciudadanos.

“Rehabilitación de espacios públicos de manera integral con impacto arquitectónico, pero que incluya al ciudadano, que no sea un proyecto político,

inmobiliario y asociaciones hacia el ciudadano, sino una triada entre el ciudadano, el arquitecto y el político. Yo creo que incorporando en la toma de decisiones al ciudadano se puede hacer un proyecto que sea rescatable, viable y aceptado, y sobre todo de gran beneficio para la gran parte de la ciudad” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“ Vuelven a levantar la obra, luego viene otro presidente municipal y luego lo mismo. Digo yo mejor que nosotros cuidáramos eso y que ellos nos ayudaran como gobierno, para abrir otras zonas, para el lado del Colosio, para el lado poniente. Te repito, me gustaría que creciera más, pero con más seguridad, que tuviéramos a donde ir, pero no necesariamente salir de la ciudad porque no tenemos un acceso económico” (Femenino, 55 años, empleada federal, residente en Colonia Cerro de la Campana).

“Hay mucho potencial, como el parque La Saucedá, rehabilitarlo (...) y cuidarlos (los espacios); las mismas familias deberían de participar en concientizar en cuidar sus áreas de recreación” (Masculino, 72 años, empresario, residente de Los Lagos Residencial).

“Yo creo que hay mucho potencial en el estado o en el municipio para el turismo, pero ahorita está mucho el auge de lo que es el ecoturismo; sin embargo, eso se presta más para la gente que tiene cómo; (falta ver) de qué manera haces un proyecto similar, no con menos recursos, sino que le cueste menos a la gente” (Femenino, 43 años, promotora inmobiliaria, residente en Colonia López Portillo).

En suma, en opinión de los habitantes entrevistados, las intervenciones generadas a partir de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, han dejado vacíos en aspectos centrales, tales como la conclusión de las obras, el fomento y la difusión al arte en la región (en el caso de MUSAS), además de la necesidad de diversificar los proyectos en diversas zonas de la ciudad, evitando así su sectorización, sumada a la necesidad de generar vialidades más eficientes en las inmediaciones de los proyectos ancla.

En ese sentido, desde la perspectiva ciudadana resulta necesario implementar la participación comunitaria con el fin de lograr el rescate de espacios públicos, zonas abandonadas en la ciudad, así como fomentar el desarrollo de proyectos que brinden una mejor gestión de los recursos, tanto ambientales, como económicos.

4.2.4 Hallazgos

IMPULSOR, como principal agente de gestión de megaproyectos urbanos en Sonora, dejó clara la necesidad de posicionar a la capital del Estado como una ciudad ordenada, con futuro económico y urbano planificado, con el objetivo de lograr el bienestar para la población. Sin duda, esto se presentaba como una oportunidad de transformación para la ciudad de Hermosillo, a partir de asegurar el equilibrio económico conforme a la modernización integral de infraestructura estratégica (Gobierno del Estado de Sonora 2008).

La puesta en valor en Hermosillo (2004-2015) se orientó en los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, articulando propuestas para el desarrollo y el crecimiento urbano, a partir de potencializar sus zonas de inversión por medio de la renovación y expansión de la ciudad.

En ese sentido, emergieron los enclaves de valor: MUSAS para Hermosillo Vado del Río, y Estadio Sonora para el Plan Maestro Puerta Oeste. Estos dieron lugar al posicionamiento de los megaproyectos tanto a nivel nacional como internacional, al contribuir en la difusión del arte y la cultura deportiva, característicos de la región.

La recuperación de espacios emblemáticos desde la puesta en valor nos permite observar las estrategias que fueron operando a la par de los megaproyectos urbanos. Entre las intervenciones más relevantes en el periodo 2004-2015 se identifican el rescate del barrio antiguo de Villa de Seris, la remodelación del Cerro de la Campana, la construcción de la Plaza Conmemorativa Bicentenario y el Programa Parcial de Mejoramiento y Conservación del Centro Urbano de Hermosillo.

La recuperación de espacios emblemáticos en Hermosillo se convirtió en una estrategia para la activación social, cultural y económica de sitios relegados históricamente de los programas de planeación y desarrollo urbano. Estas intervenciones introducidas a la par con los megaproyectos urbanos en el periodo 2004-2015, buscaron reivindicar el centro urbano de la ciudad como un punto de atracción para capitales de inversión.

Es importante destacar que los espacios públicos diseñados y generados de los megaproyectos urbanos en Hermosillo (2004-2009) fueron implementados con una serie de deficiencias conforme a los objetivos de planeación urbana: o no fueron considerados, como en el caso del megaproyecto Hermosillo Puerta Norte; o se convirtieron en zonas para justificar sus acciones ofensivas al medio ambiente, como el megaproyecto Hermosillo Vado del Río; o bien, fueron proyectos que se quedaron en la antesala de su ejecución, como fue el caso del Plan Maestro Puerta Oeste.

En esta lógica, los megaproyectos urbanos no lograron cubrir el déficit de espacios públicos y áreas verdes para la ciudad. Este hecho pone en evidencia el éxito

de plazas y centros comerciales como principales alternativas para la recreación de los habitantes locales.

Desde la perspectiva ciudadana, los megaproyectos urbanos (2004-2015), con su intención de posicionar a la ciudad, fueron dejando atrás varias deudas. Por un lado, la conclusión de los proyectos conforme a los planes y los objetivos formulados, dejó en claro las deficiencias en la gestión por parte de IMPULSOR. Por otro, la sectorización de los megaproyectos urbanos, así como las intervenciones enfocadas al rescate de espacios emblemáticos, fueron dejando en claro el posicionamiento de IMPULSOR, al priorizar el fomento al desarrollo económico. Esto fue reflejo de una política orientada a potencializar ciertos espacios de la ciudad, ubicados mayormente en el centro urbano de Hermosillo, como parte de una estrategia que buscaba el fomento del consumo turístico de la zona.

Entre las problemáticas que derivan de la planeación de los megaproyectos urbanos (2004-2015), surge la necesidad de mejores accesos viables. Este aspecto, de acuerdo a los ciudadanos, tendría efectos benéficos no sólo para el tráfico cotidiano, sino que también fomentaría el turismo, al brindar mayor seguridad y accesibilidad a los enclaves en valor.

Por último, entre las propuestas consideradas por los habitantes de Hermosillo en cuanto al diseño de megaproyectos urbanos surge la necesidad de fomentar la participación ciudadana, el rescate de espacios públicos y el desarrollo de espacios que brinden la oportunidad de impulsarse a partir de estrategias sustentabilidad.

4.3 Comunicación e imagen urbana

La comunicación e imagen urbana busca analizar aquellos elementos distintos de la ciudad, que operan en torno a la planificación estratégica y el marketing, retomando las

propuestas de los megaproyectos y sus imágenes más representativas, con el fin de mercantilizar sus intervenciones.

El marketing urbano se presenta como una vía para dar a conocer la vocación de las ciudades. Asimismo, permite ubicar la oferta urbana en un mercado específico y posicionarse frente a la competencia. Bajo esta lógica, se identifican aquellas imágenes que corresponden al pasado y futuro de la ciudad, con el fin de articular una serie de representaciones que le permitan darse a conocer en la escena urbana a nivel local, nacional y global.

Articular la planificación estratégica a partir de hacer rentables las capacidades y los objetivos para consolidar megaproyectos urbanos competitivos, se fundamenta en el empleo constante de los medios de comunicación. Dichos elementos permiten disipar las imágenes de la ciudad con el fin de atraer capitales inversores.

El objetivo del siguiente apartado es dialogar desde la perspectiva de los habitantes de Hermosillo, en torno a la difusión de los megaproyectos urbanos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, en el periodo 2004-2015. El objetivo es reconstruir los elementos distintos de la ciudad e imagen urbana de Hermosillo.

4.3.1 Elementos distintivos de la ciudad

El marketing urbano en torno de los megaproyectos del periodo 2004-2015 fue operado por IMPULSOR. Sin embargo, ninguno de los proyectos fue pensando con relación a buscar una marca de ciudad. En sí, la operadora de proyectos estratégicos se representó a sí misma como el sello distintivo de su gestión.

Partiendo de la marca de ciudad como una forma de fomentar la imagen de cada ciudad, Hermosillo hasta el momento no ha presentado una propuesta que permita

consolidar su oferta urbana. No obstante, existen elementos distintivos que se reconocen como clave, para la creación de una marca representativa.

Uno de los elementos urbanos arraigados en el imaginario de Hermosillo es el Cerro de la Campana. Se presenta como un símbolo que identifica a la comunidad hermosillense. Su imagen ha sido retomada por el Ayuntamiento de Hermosillo en torno a diversas propuestas de diseño conforme a los periodos administrativos municipales. A continuación, se presentan fragmentos de entrevista aplicadas a los habitantes, en las que se hace referencia de este elemento como símbolo de identidad de la ciudad:

“Siento que está muy arraigo como símbolo el Cerro de la Campana, y siempre se relaciona, entonces es como cultural” (Femenino, 35 años, hogar, residente Colonia Centenario).

“Me gusta el Cerro de la Campana, me gusta que lo retomen (...), porque es un área de paso y todos lo identifican” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

“El más representativo creo que es el cerro de la campana” (Femenino, 54, comerciante, residente en Colonia Villa de Seris).

“El Cerro de la Campana” (Masculino, 38 años, empresario, residente en Cumbres Residencial).

Por otra parte, se tiene la propuesta de logotipo de marca-ciudad denominada “HMO”, que surge del proyecto de marketing urbano implementado durante la administración municipal 2009-2013, la cual buscaba fortalecer la identidad y el orgullo

hermosillense a partir del Programa “Hermosillo Te Quiero” (H. Ayuntamiento de Hermosillo 2010).

Para algunos, las siglas representan sólo un conglomerado de letras; para otros, la visión empresarial de la ciudad a partir de la gestión municipal, la invención de un periodo administrativo con fines de lucro, o bien, una buena forma de representar a la ciudad de Hermosillo. A continuación, se presentan fragmentos de entrevistas en las que se cuestiona a los ciudadanos acerca de cuál es la marca o logotipo que identifica a la ciudad.

“Pues es nada más letras que están ahí, del HMO” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Residencial Villa Bonita).

“Hasta ahorita las letras abreviadas de Hermosillo, que pues, es lo único que yo identifico que me dicen Hermosillo, las letras. Que si ando fuera del estado, pues las identifico” (Femenino, 53 años, funcionaria pública en educación, residente en Residencial Conquistadores).

“Pues sí, se manejaba el HMO, que precisamente el marketing urbano entra con una administración panista que trae la visión del empresario, de hacer vendible la ciudad (...) recalco los intereses que él tenía, buscarle esa visión empresarial a la ciudad, hacerla más bonita, es una visión más comercial de la ciudad” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“Pues realmente esa marca, la HMO, la hizo una de las hijas del señor Gándara Magaña: La hizo creyendo, como presidente municipal, y la hizo como creyendo que después ganaría la candidatura como gobernador (...) Quizás es una abreviatura de Hermosillo, o Hillo, pero, ¿qué te puedo decir? (...) realmente no

deja de ser algo que inventaron en un sexenio (...), bueno o malo, no deja de ser algo a la orden del día (...), es algo vago (...), se me ocurre a mí que a la chica que lo inventó, o al hombre que lo inventó, le pagaron millones de pesos nomás por la marca” (Femenino, 35 años, empresaria, residente en Residencial Palermo).

“Hace como un par de años, en la administración de Gándara, que se empezó a manejar el HMO como marca de la ciudad. Según yo se ha mantenido, y ese identifico yo como marca de la ciudad” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

“Yo viajaba mucho y veía HMO en los aeropuertos. Creo que sí representaba, que la gente sí lo podía relacionar con Hermosillo” (Masculino, 65 años, pensionado, residente en Residencial Banus).

4.3.2 Imagen urbana

Para los megaproyectos del Plan Sonora Proyecta (2004-2009), la imagen urbana se presentó como un punto de partida para el desarrollo económico, y como parte de los objetivos operativos señalados para generar mejores condiciones para la ciudad (Gobierno del Estado de Sonora 2009). En suma, las propuestas del Hermosillo Vado del Río y Hermosillo Puerta Norte no tomaron ningún referente de imagen en el diseño de sus proyectos.

Desde la perspectiva de los habitantes de Hermosillo, los megaproyectos (2004-2009) dieron lugar a una serie de escenarios urbanos que representan parte de los imaginarios de las ciudades norteamericanas. Desde la tipología de construcción de sus edificios, aplicada principalmente en plazas y centros comerciales, la amplitud de las

vialidades principales y la semejanza en condiciones medio ambientales, para los habitantes entrevistados, se trata de elementos distintivos de las ciudades del sur de Estados Unidos:

“A Tucson, me voy en específico al Morelos, que es el Periférico Norte, para allá, para el norte, ahí sí se me figura mucho a Tucson” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“Se quiere parecer mucho a las ciudades de Tucson o Phenix, con tema de que son desérticas y que tratan de hacer espacios muy amplios” (Masculino, 28 años, empresario, Residencial Corceles).

“A la zona de Phoenix, aspira a que sea una ciudad urbanizada. El parecido por el clima y el tipo de edificios que se construyen. Aspira a parecer a una de las ciudades del sur de Estados Unidos, como de Arizona” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

“Pues siempre nos comparan; dicen que somos el hermano feo de Tucson. Estamos copiando la traza, la manera de hacer las vialidades, la manera de hacer los comercios apegados al Tucson de los ochentas. Queremos hacer lo que se hace en Estados Unidos, pero no nos sale muy bien, Nos parecemos al Tucson viejo, pero ya están cambiando las cosas. Espero que en Hermosillo también vayan cambiando las cosas” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

“Bueno, algunas vialidades como el bulevar Morelos se parecen a algunas ciudades de Estados Unidos, que están mucho a la vanguardia” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

La imagen urbana del megaproyecto Plan Maestro Puerta Oeste (2010-2015) fue orientada considerando varios referentes, entre los cuales destaca el caso de Barcelona, España, considerado como un ejemplo paradigmático para las ciudades. De éste es importante retomar su construcción estratégica como destino para generar la expansión urbana. Sus principales referentes se encuentran en el Ensanche Cerdá, del siglo XIX, y el desarrollo para los Juegos Olímpicos en el siglo XX, mismo que logró acercar museos, acuarios, muelles, hoteles y monumentos a las playas catalanas (IMPULSOR 2011).

Otro de los referentes para el desarrollo de áreas verdes y recreativas ha sido el Parque Cavecera, ubicado en Valencia, España. También fue considerado *Río Salado Habitat Restoratoin* y *Boice Thompson Arboretum*, ambos ubicados en Arizona, Estados Unidos. En cuanto a la imagen urbana retomada para la generación de nuevas zonas inmobiliarias, fue considerado AQUA, en Miami Beach, Estados Unidos y en Valencia, España (IMPULSOR 2011).

De las entrevistas a habitantes de Hermosillo, se desprende que ninguna persona logró identificar referentes considerados para el diseño de la imagen urbana del Plan Maestro Puerta Oeste. No obstante, surge la propuesta de considerar el rescate de su identidad cultural como una vía para fortalecer sus dinámicas urbanas; esto, sin abandonar las prácticas exitosas de otras ciudades, con el fin de contribuir a su planeación urbana. A continuación se presentan fragmentos de algunas entrevistas:

“No me gustaría que se pareciera a otra ciudad, más bien buscar su propia identidad. Se va rompiendo con la ciudad, con la historia, con su momento histórico, buscar sus raíces y hacer una propuesta de ciudad propia, no copiada a

otras ciudades” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“A mí me gustaría que Hermosillo se pareciera a Hermosillo” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

“Tanto que me gustara que se pareciera, yo digo que adaptar o tomar lo que ha sido bueno en otras ciudades. Más que parecernos a, tomar las practicas exitosas de otras y tomarlas para la ciudad.” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

“Pues como lo es Hermosillo, todo lo que tenga que ver con cosas urbanas, estéticas, que diferencien a otra ciudad. Pero, pues (...) puede que sí deba contrastarse culturalmente con otras ciudades” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Colonia Cuatro Olivos).

4.3.4 Hallazgos

IMPULSOR no orientó su marketing hacia la consolidación de una marca de ciudad para Hermosillo, correspondiente a los megaproyectos. No obstante, hay elementos urbanos que forman parte de diversos logotipos que han operado a nivel administrativo municipal. Entre ellos, emerge “HMO” como uno de los sellos distintivos del Programa “Hermosillo Te Quiero”.

En cuanto a la imagen urbana de Hermosillo a partir de los megaproyectos urbanos, podemos decir que ha integrado una diversidad de escenarios, retomando imágenes de ciudades emblemáticas La ciudad ha derivado en fragmentar sus

imaginarios urbanos, albergando espacios que brindan un soporte para su discurso moderno

Por un lado, emerge del Plan Sonora Proyecta (2004-2009), el cual, sin aportar un proyecto específico para el diseño de la imagen urbana de Hermosillo, fue dejando al mercado la oportunidad de conformar una serie de imaginarios de las ciudades americanas. Las tipologías arquitectónicas de plazas y centros comerciales, la amplitud de las avenidas principales y la semejanza en las condiciones medio ambientales, son algunos elementos que corresponden a la imagen de la ciudad americana, de acuerdo a los habitantes de Hermosillo.

En cuanto al Plan Maestro Puerta Oeste, las referencias se conjuntan entre el modelo americano y el español. Arizona y Miami Beach, ambas de Estados Unidos, y Valencia, España, representaron referentes para el desarrollo urbano, inmobiliario, la creación de espacios recreativos y áreas verdes.

Desde la mirada de los habitantes, ninguna de las imágenes de dichas ciudades fue reconocida en las intervenciones realizadas en el Plan Maestro Puerta Oeste. Este hecho vino a poner en evidencia la necesidad de rescatar la identidad cultural de la ciudad a partir de sus espacios históricos, sin desechar la planeación urbana de casos de éxito en otras ciudades.

4.4 Monumentalismo

Los megaproyectos urbanos en Hermosillo (2004-2015) han contemplado la realización de una obra magna que sea representativa de cada periodo gubernamental. Su objetivo es dejar plasmado sobre la mancha urbana un elemento representativo de la ciudad frente a la creciente competencia urbana.

Los megaproyectos analizados han dado lugar a la creación de conjuntos urbanos que buscan posicionar su valor estratégico a partir de construcciones

emblemáticas. En ese sentido, logran operar como representación de las intervenciones que dan prestigio a la ciudad, haciendo posible la dinamización económica del entorno, por medio de la concentración de zonas comerciales y residenciales. Su impacto en la escena urbana se genera a partir de monumentos que corresponden a los periodos de cada administración gubernamental, buscando colocarse como espacios con significados para los ciudadanos, que queden en su memoria de acuerdo al espacio y al tiempo cuando fueron realizados.

De esta manera, a través del monumentalismo se busca identificar las principales intervenciones arquitectónicas de los megaproyectos urbanos, así como su influencia en los polígonos de crecimiento y desarrollo generados en la ciudad.

4.4.1 Emblemas urbanos (2004-2015)

IMPULSOR dio a conocer el proyecto para el Centro Cultural MUSAS como parte del Proyecto Hermosillo Vado del Río (2004-2009), como un equipamiento diseñado para la difusión del arte y la cultura regional, con un gran valor para la sociedad sonoreense. Para el Proyecto Hermosillo Puerta Norte no se buscó articular algún elemento emblemático, mientras que en el Plan Maestro Puerta Oeste se propuso la construcción del Estadio Sonora como un importante recinto internacional para la cultura deportiva del noroeste de México.

De acuerdo con lo anterior, se consultó a los habitantes aledaños a cada uno de los megaproyectos, con el fin de conocer cuál era la obra urbana que más identificaban como emblemática en el Proyecto Hermosillo Vado del Río. Así, el Centro Cultural MUSAS emerge como uno de los principales emblemas urbanos durante el periodo 2004-2009, de acuerdo con las entrevistas realizadas a ciudadanos respecto a cuál es el edificio que identifica a dicho periodo gubernamental:

“El edificio del Musas” (Masculino, 28 años, empresario, Residencial Corceles).

“El Musas” (Masculino, 35 años, periodista, residente en Colonia La Verbena).

“Con él se inauguró un complejo cultural (...) el Musas” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Colonia Cuatro Olivos).

“Los centros culturales como MUSAS” (Femenino, 20 años, estudiante, residente en Colonia Bugambilias).

“Musas...el nuevo museo” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Residencial Villa Bonita).

“Musas, el que está frente de la Casa de la Cultura” (Femenino, 35 años, empresaria, residente en Residencial Palermo).

Imagen 29. Centro Cultural MUSAS



Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2017.

Entre los emblemas urbanos que emergen en torno al periodo 2004-2009, también se encuentran identificados por los ciudadanos los distribuidores viales colocados en las principales arterías viales de Hermosillo. Entre ellos, surgen los puentes colocados sobre el bulevar Luis Encinas. A continuación, se presentan fragmentos de entrevista aplicados a los ciudadanos:

“El puente del bulevar Solidaridad” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

“El puente que hizo en el bulevar Luis Encinas” (Femenino, 65 años, comerciante, residente en Colonia La Verbena).

“Los puentes del Bulevar Luis Encinas” (Femenino, 64 años, hogar, Colonia La Matanza).

“La vuelta que sales en el bulevar Solidaridad y caes en el bulevar Luis Encinas” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“El puente del bulevar Luis Encinas y el bulevar Solidaridad” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

Imagen 30. Distribuidor vial bulevar Luis Encinas y Solidaridad.



Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2017.

Con el fin de identificar el símbolo urbano del periodo (2010-2015), se retomó la consulta a los ciudadanos aledaños al megaproyecto Plan Maestro Puerta Oeste. A continuación, se presentan los fragmentos de entrevista correspondientes al análisis. El Estadio Sonora se presentó como el más reconocido debido a su publicidad. Este espacio ha funcionado como emblema para el periodo 2010-2015, dada la afición sonorense hacia el béisbol. A continuación, se presentan fragmentos de entrevista aplicados a los habitantes:

“El estadio, porque es lo que más propaganda tuvo y más se dio a conocer”
(Femenino, 35 años, hogar, residente Colonia Centenario).

“El Estadio Sonora” (Masculino, 35 años, periodista, residente en Colonia La Verbena).

“Estadio, está muy bonito” (Femenino, 53 años, hogar, residente en Residencial La Rioja).

“Estadio Sonora, fue lo que hizo” (Masculino, 28 años, empresario, Residencial Corceles).

“El Estadio, por acá por el Colosio” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

“El Estadio Sonora fue una obra importante” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

Imagen 31. Estadio Sonora.



Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2017.

Otro de los elementos que se considera como emblemático en la gestión gubernamental 2010-2015 es el distribuidor vial bulevar Morelos y Periférico Norte. Su construcción permitió agilizar el tráfico de una de las principales vialidades de Hermosillo, al posicionar un puente sobre el bulevar Morelos. A continuación, se presentan fragmentos de entrevistas aplicadas a habitantes, que identifican tal elemento como emblemático del periodo.

“El puente del bulevar Morelos y Periférico Norte” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

“En Hermosillo, a la mejor y los puentes que hizo, algunos puentes que hizo sobre el bulevar Morelos” (Femenino, 35 años, empresaria, residente en Residencial Palermo).

“El puente del bulevar Morelos” (Masculino, 72 años, empresario, residente de Los Lagos Residencial).

“El puente del bulevar Morelos que se quemó, que lo hayan arreglado (...) como la caída de Padrés” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

Imagen 32. Distribuidor vial del bulevar Morelos y Periférico Norte.



Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2017.

Los emblemas urbanos emergen a partir de las intervenciones periodizadas, acorde a los megaproyectos e intervenciones en la ciudad. En ese sentido, el espacio retoma ciertos elementos distintos que conforman una serie de monumentos a la administración gubernamental en turno.

4.4.2 Crecimiento urbano

El crecimiento urbano para Hermosillo se ha encontrado sujeto tanto normativamente a las indicaciones programadas por el IMPLAN, así como a las intervenciones generadas a partir de los megaproyectos de IMPULSOR. De acuerdo con lo anterior, se retoman

los programas de desarrollo urbano para la ciudad, respecto al 2007 y 2014, dada su vinculación con los megaproyectos.

Conforme al Programa de Desarrollo Urbano para el Centro Población de Hermosillo 2007, la ciudad comenzó un proceso de expansión derivada de proyectos inmobiliarios a partir de los años noventa, lo que contribuyó a la extensión de la mancha urbana. En ese sentido, se buscaba una planeación que permitiera el desarrollo compacto de la ciudad, sin necesidad de abrir nuevos espacios para su urbanización (IMPLAN 2007).

Ante el crecimiento inminente de la mancha urbana, se articuló un modelo urbano orientado a identificar las zonas existentes, hacia la integración urbana. Por otro lado, se establecieron normas y criterios flexibles para la consolidación de nuevas zonas. En ese sentido, los puntos de crecimiento apuntaron hacia aquellas consideradas como de potencial crecimiento, derivadas de sus principales ejes viales. De acuerdo al Programa de Desarrollo urbano 2006, realizado por el Instituto de Planeación Urbana de Hermosillo, esos serían los ejes estructurales de crecimiento para la ciudad. No obstante, el crecimiento de la ciudad se fue orientando hacia la creación de múltiples centros urbanos, lo que identificó a la ciudad como un proyecto encaminado a la imagen, morfología y organización espacial. En efecto, la ciudad dejó de crecer concéntricamente para apuntar heterogéneamente hacia todas las direcciones, trayendo como consecuencia la proliferación de asentamientos dispersos en torno a la periferia (IMPLAN 2006).

En esta lógica de planeación urbana se insertaron los proyectos Hermosillo Vado del Río y Hermosillo Puerta Norte, articulando nuevos espacios mediante el impulso del bulevar Paseo Río Sonora, así como de una nueva entrada a la ciudad a

partir de la prolongación del bulevar Morelos y Mazón, lo que atendió a las condiciones establecidas por el IMPLAN 2006.

Para el Programa de Desarrollo del Centro Urbano de Hermosillo 2014 se retomó el programa anterior (2007), con el fin de establecer nuevos parámetros para su crecimiento, dados los cambios normativos tanto a nivel nacional, estatal y municipal, así como las emergentes formas de crecimiento urbano. En ese sentido, se redefinió el límite de crecimiento urbano a partir de la infraestructura hidráulica, vial y equipamiento deportivo, y se ajustó el trazo del límite de crecimiento en el área considerada como zona natural protegida de la presa Abelardo L. Rodríguez (IMPLAN 2014).

El límite de crecimiento del centro de población se debió a la expansión hacia el norte, propiciada por las obras de infraestructura derivadas del Acueducto Independencia y la integración del trazo del bulevar Quiroga, al sur. Asimismo, la concentración de actividades productivas y de servicios del Centro de Población de Hermosillo incrementó el impacto regional a nivel municipal y estatal, por lo que empezó a considerarse que debía incrementarse también el área normativa, acotando el límite de crecimiento urbano, en una primera etapa a 33 mil 540 hectáreas, y en una segunda etapa a 39 mil 100 hectáreas (IMPLAN 2014).

El ajuste del crecimiento urbano vino como parte de la proyección del Plan Maestro Puerta Norte. En ese sentido, la demanda de suelo urbano había superado las directrices del IMPLAN al 2014, lo que se ponía en contradicción con las nuevas legislaturas, como la Ley de Desarrollo Urbano del Estado de Sonora y la Ley de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano.

A continuación se analiza, desde la perspectiva de los ciudadanos, las condiciones que limitan el desarrollo a partir de su periodización, así como, el

crecimiento urbano de la ciudad, a partir de su vinculación con la detonación de megaproyectos.

Por una parte, se menciona la periodización de los proyectos urbanos y la falta de continuidad de los proyectos. Los megaproyectos Hermosillo Vado del Río y Hermosillo Puerta fueron presentados durante la administración gubernamental 2004-2009 bajo el slogan “Sonora, Vamos por Soluciones”, con los cuales se establecieron los principales polígonos de desarrollo y crecimiento urbano. A su vez, el Proyecto Puerta Oeste, correspondiente al periodo 2010-2015, abonó al crecimiento de la ciudad bajo el slogan “Un Nuevo Sonora”, ambos gestionados por IMPULSOR.

Cada uno buscó responder a su lógica partidaria política (PRI, PAN), desafiando la mancha urbana hacia la creación de nuevos espacios, pasando por alto las indicaciones generadas a partir del IMPLAN. En ese sentido, el presente estudio busca responder, desde la mirada de los ciudadanos, cuáles fueron los motivos que han impedido el crecimiento y desarrollo urbano de la ciudad, a partir de los megaproyectos.

La presentación de proyectos urbanos sexenales desde la perspectiva ciudad, dejan en claro cómo una administración política toma el poder y la dirección de la ciudad de acuerdo a sus intereses. La ciudad se va modificando de acuerdo con las nuevas necesidades, sin tener una planeación previa, dada la demanda de suelo urbanizable. Por otro lado, la emergencia de intervenciones urbanas se convierte en una forma de responder a la conformación de emblemas urbanos, de acuerdo a cada gobernador en turno:

“Sí, cuando se elige su administración cambian sus intereses y ven por los propios” (Femenino, 35 años, hogar, residente de Colonia Centenario).

“Sí, porque ellos tienen el control en este momento” (Femenino, 41 años, empleada, residente en Residencial Villa Bonita).

“Sí (...), la hacen para ellos” (Femenino. 65 años, comerciante, residente en Colonia La Verbena).

“Sí, tenemos cantidad de evidencias que lo afirman. Se han ido modificando o haciendo dependiendo de...” (Femenino, 43 años, promotor inmobiliario, residente en Colonia López Portillo).

“Lo que pasa que no hay un diseño específico; se va haciendo en la medida que se va necesitando, no al revés. Son malos diseños, para vender más o para sacar más dinero” (Masculino, 72 años, empresario, residente de Los Lagos Residencial).

“No es como se deberían de hacer las cosas, pero sí ha habido ciertas decisiones que se han tomado por conveniencia de algunos gobernantes. Por ejemplo, cuando se pusieron de moda los puentes, a la mejor no era la mejor manera de solucionar el tráfico, pero el gobernante en turno lo puso. El gobernante lo pone sin saber si se necesita o no, solo lo hace para que quede una obra” (Femenino, 42 años, arquitecta, residente en Villas del Mediterráneo).

Una de las condiciones que incide en los megaproyectos, desde la perspectiva ciudadana, es la privatización de suelo urbanizable. La compra de terrenos previa a las intervenciones urbanas por parte de políticos y altos empresarios locales responde a las lógicas de poder. En ese sentido, la continuidad de los proyectos se ve condicionada a

las propuestas generadas por los grupos de poder, los cuales van acondicionando la ciudad de acuerdo a potenciales zonas de inversión, dejando en espera otras zonas de acuerdo al siguiente grupo de poder.

“Compran terrenos, por una parte empiezan a desarrollar por ahí. Ya ves, por ejemplo, el bulevar Morelos, estaba desarrollándose muy bien, hasta el 2009, y ya fue cuando lo dejaron, y ya no ha crecido más la ciudad para allá. Y de pronto hay zonas vendidas que eran parques, y ya vez que el Vado del Río lo vendieron a unos chinos. Me refiero a que los privatizan, los agarran algunos particulares y no hacen nada con ellos, porque dejan de ser gobernantes y ya no le pueden meter más a esa zona, y es lo que ha estado sucediendo últimamente” (Masculino, 35 años, periodista, residente en Colonia La Verbena).

“Lo que pasa, según el partido, según estrategias para donde crecer, en donde ellos compran para luego construir” (Femenino, 35 años, empresaria, residente en Residencial Palermo).

“En cuanto aquí, todo esto lo compró un gobernador priista, y como esta salida aquí, hacia Nogales, y no hay casas no hay nada (...) dinero perdido para el pueblo, pero ellos ganaron mucho dinero. Todos los proyectos son a beneficio de ellos. Otro gobernador, por ejemplo, construyó para allá, porque era a beneficio de él. Esa es realidad. Y si nos vamos más atrás, durante otra administración de otro gobernador, lo que es ahí cerca del aeropuerto, para allá él compró sus propiedades. Al final de cuentas, los proyectos los benefician a ellos, más que a

la comunidad” (Masculino, 65 años, pensionado, residente en Residencial Banus).

“Sí, el presidente municipal priista es un ejemplo de ello, por toda la herencia que tienen, pues son familias de abolengo (...). Ya ves que mandó recarpetear el bulevar Kino ya que él tiene negocios ahí” (Masculino, 40 años, ingeniero en sistemas, residente en Colonia Cuatro Olivos).

“Porque lo estamos viendo en este proyecto inconcluso del área del Estadio Sonora; ya entró otro gobierno diferente y no hemos escuchado absolutamente nada de que traigan un proyecto de continuidad. No hay continuidad en los gobiernos en cuanto a los proyectos, menos en esto de urbanidad” (Femenino, 53 años, funcionaria pública en educación, residente en Residencial Conquistadores).

“Yo creo que sí, ya ves que ponen reglas que los benefician a ellos. La ciudad es conveniencia del gobierno” (Femenino, 53 años, hogar, residente en Residencial La Rioja).

“Sí, porque se ve obvio escoger ciertas zonas. Hermosillo es más que esas zonas, pero también cómo conectas esas zonas” (Femenino, 37 años, profesionista, residente en Residencial Corceles).

Otro factor se relaciona con los intereses personales vinculados a la proyección de los megaproyectos. De acuerdo a la perspectiva ciudadana, la presentación de

proyectos responde a cada gobierno en turno, dando lugar a su propia conveniencia económica, dejando de lado las verdaderas problemáticas de la ciudad. En ese sentido, las obras son abandonadas conforme a los grupos de poder imperantes, sin responder a su continuidad en la trama urbana.

“Sí, porque ellos traen sus propios proyectos. Ellos los ponen en la mesa para el siguiente gobierno” (Femenino, 64 años, hogar, Colonia La Matanza).

“Sí, porque los edificios que hacen son para ellos o son de ellos, o les reditúa mucho” (Femenino, 54, comerciante, residente en Colonia Villa de Seris).

“Las obras son abandonadas de acuerdo a cada gobierno. Esto conlleva a conocer cómo los gobiernos son corruptos, son ineficientes, de funcionarios que se dedican a lamer botas” (Masculino, 27 años, profesionista, residente en Residencial Montecarlo).

“Sí, porque por lo mismo se ve que no atacan problemáticas de la ciudad” (Femenino, 21 años, estudiante, residente en Colonia Bugambilias).

“Sí, lógicamente ellos presentan sus propuestas” (Masculino, 38 años, empresario, residente en Cumbres Residencial).

“Sí, definitivamente, porque le vas a dar dinero a ese gobierno en turno” (Femenino, 24 años, comerciante de arte, residente en Residencial La Encantada).

“Sí, porque más que nada atraen la inversión para crear negocios para ellos, para que quede entre familia” (Masculino, 27 años, ejecutivo de ventas, residente en Topacio Residencial).

4.4.3 Hallazgos

Los emblemas urbanos en Hermosillo (2004-2009) emergen a partir de las intervenciones periodizadas, acorde a los megaproyectos e intervenciones en la ciudad. En ese sentido, el espacio retoma ciertos elementos distintos que conforman una serie de monumentos a la administración gubernamental en turno. Se da lugar a su reconocimiento a partir de su vinculación con quien se encuentra haciendo la ciudad en el momento.

Los principales factores que han incidido en la presentación de megaproyectos urbanos parten de su periodización sexenal, dados a conocer a partir de su marketing político como posibilidades para el desarrollo económico de la ciudad. En consecuencia, la privatización del suelo urbanizable se presenta a partir de identificados grupos de poder, que apuestan a la especulación urbana como una forma de capitalizarse. En ese sentido, la ciudad atiende a los intereses particulares de cada administración gubernamental dependiendo del partido político que ha llegado al poder.

La expansión urbana durante el periodo 2004-2009 atendió a la generación de suelo urbanizable desde la intervención de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río y Hermosillo Puerta Norte. En ese sentido, el norte y el centro de la ciudad se presentaron como espacios vinculados al crecimiento de la ciudad.

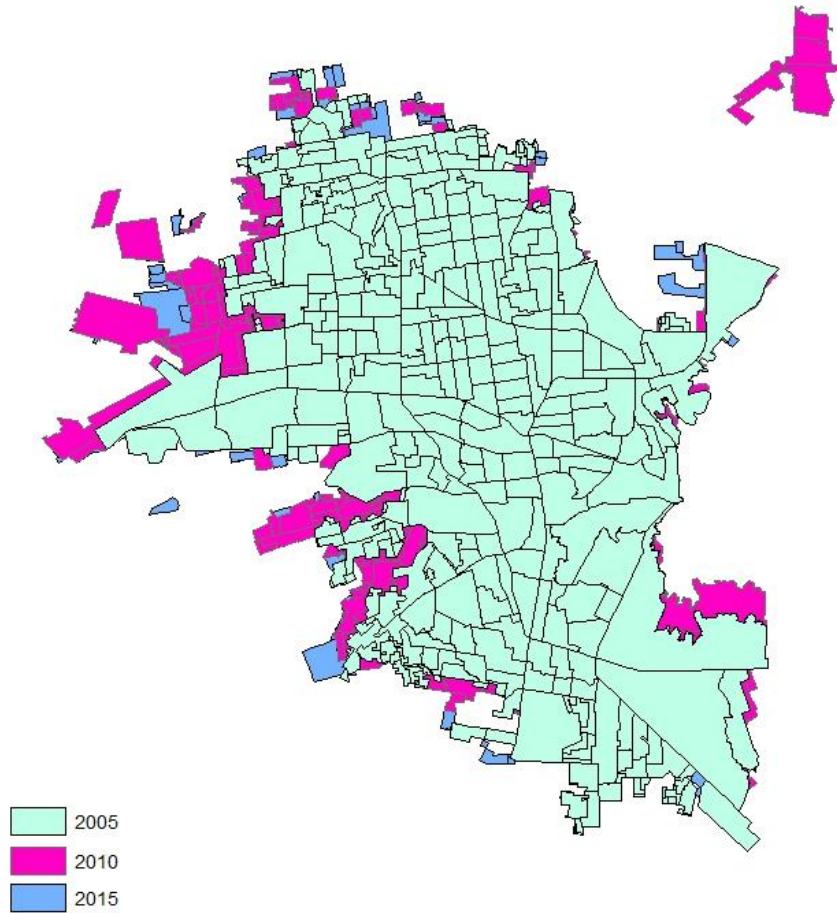
De la misma manera, la expansión urbana durante el periodo 2010-2015 atendió a la generación de suelo urbanizable desde la intervención del megaproyecto Plan

Maestro Puerta Oeste. En ese sentido, el oeste y norte de la ciudad se presentaron como espacios vinculados al crecimiento de la ciudad.

Es importante señalar que Hermosillo ha presentado una serie de intervenciones urbanas enfocadas a generar una ciudad policéntrica, lo que ha dado lugar al crecimiento de la periferia, no sólo a partir de los megaproyectos urbanos, sino también aunado a la alta demanda de vivienda de interés social que se ha generado en los últimos años.

En efecto, la morfología urbana ha representado una serie de cambios encaminados a la fragmentación, acompaña de la segmentación y la desigualdad de proyectos que intentan dar respuesta a las necesidades de la población.

Mapa 3. Crecimiento Urbano de Hermosillo, Sonora 2005-2015.



0 1.5 3 6 Kilometers
Fuente: INEGI 2005, 2010, 2015.

Conclusiones

Para concluir esta propuesta de estudio, “Ciudad *Collage*, representaciones e imaginarios de Hermosillo, Sonora (2004-2015)”, hemos de considerar la Ciudad *Collage* desde la dimensión teórica de Muxí, Montaner, Duhau y Giglia, retomando el análisis del caso de estudio.

Desde la visión de Muxí (2004), el *collage* representa una estrategia para la configuración del espacio en el que se corta, se aísla y se resuelve un retazo de ciudad. Las políticas urbanas se mantienen pensadas para el mercado, generando intervenciones sectoriales y fragmentarias que generan ciudades duales.

El marketing reconstruye la ciudad, manipulando los escenarios urbanos a partir de monumentos, escaparates que dan ritmo a nuevos modelos de vida basados en el consumo. La ciudad se fragmenta a partir de la simulación arquitectónica, y por ende económica, marcada por intereses y valores que pertenecen a la competencia global.

Duhau y Giglia (2016) exponen un tejido urbano que se ha ido fusionando a partir de la fragmentación espacial, social y cultural de islas dispersas. El orden urbano imperante resurge entre los efectos de la modernidad avanzada y de la urbanización fordistas, mientras que, desde la realidad posmoderna, las consecuencias redundan en los procesos globales y las políticas urbanas neoliberales.

La fragmentación urbana deriva de las prácticas de difusión y dispersión de los sectores comerciales y de servicios a partir de su reestructuración espacial, las tendencias de socialización de consumo, la centralidad de la ciudad como parte de los procesos globales y la privatización suburbana generalizada.

Montaner y Muxí (2011) exponen el modelo de urbanismo global dominado por la especulación y la segregación, imperando la vivienda en la urbanización cerrada y la centralidad del sector terciario de esparcimiento y consumo, desde centros comerciales y centros de ocio, dando principio a espacios urbanos inconexos y fragmentados.

La ciudad abandona su carácter público para derivar en la privatización de su función. Se suma al espejismo del crecimiento y el desarrollo urbano, en donde los intereses económicos se implantan por medio de la sectorización. Su condición se encuentra sujeta a los cambios que dicta la escenografía genérica del espacio globalizado.

En el caso de Hermosillo, Sonora (2004-2015), la planificación estratégica y el marketing aplicados en el diseño urbano dieron lugar a la proyección de megaproyectos, como una forma de hacer eficientes los recursos espaciales disponibles, derivados de la reactivación económica y la expansión urbana.

Los megaproyectos contribuyeron a la consolidación de zonas urbanas, enfocadas a sectores altamente estratificados. Así se ha dado lugar a la segmentación del mercado urbano, a partir de generar espacios más rentables para la inversión mediante el diseño y la difusión de las propuestas de proyectos urbanos.

Emerge entonces la fragmentación urbana derivada de los megaproyectos Hermosillo Vado del Río, Hermosillo Puerta Norte y Plan Maestro Puerta Oeste, pero primordialmente a raíz de la privatización en el uso del suelo, que ha dado lugar a zonas comerciales y residenciales orientadas a ofertar la diferenciación económica, social y cultural como principal atractivo urbano.

A su vez, se ha adoptado el modelo arquitectónico americano en la producción, apropiación del espacio y creación de imagen, repercutiendo en los escenarios urbanos de los megaproyectos, dejando impreso en su diseño la prosperidad como principal puerta de entrada para inversores del país vecino (Estados Unidos).

Las políticas urbanas derivadas de IMPULSOR aplicadas a Hermosillo mediante los megaproyectos, fueron pensadas con el objetivo de fomentar la economía mediante la inversión en proyectos urbanos. La ciudad se fue ajustando a la disposición de las

iniciativas del Estado conforme a la integración de espacios para el consumo, la cultura y el entretenimiento como su principal oferta urbana.

De esta forma se dio lugar al surgimiento de enclaves de valor: MUSAS para Hermosillo Vado del Río, y Estadio Sonora para el Plan Maestro Puerta Oeste, los cuales permitieron el posicionamiento de los megaproyectos tanto a nivel nacional como internacional, al contribuir en la difusión del arte y la cultura deportiva, característicos de la región.

A su vez, la recuperación de espacios emblemáticos se consolidó como una estrategia para contribuir a la apertura social, cultural y económica de sitios relegados históricamente de los programas de planeación y desarrollo urbano. Este hecho permitió colocar al Centro Histórico y Urbano de Hermosillo como punto de referencia para la reactivación económica en la búsqueda de atracción de capitales.

No obstante, los megaproyectos urbanos no lograron cubrir el déficit de espacios públicos y áreas verdes para la ciudad, lo cual pone en evidencia el éxito de plazas y centros comerciales como principal alternativa para la recreación de los habitantes.

Los grandes proyectos urbanos han llevado a sectorizar la ciudad, dando lugar al repliegue de algunos sectores más dinámicos económicamente que otros. La ciudad ha logrado configurar una imagen urbana para ciertos espacios, dejando otros en la espera.

A partir de sus principales obras, puede concluirse que se ha integrado una diversidad de escenarios, retomando imágenes de ciudades emblemáticas. En esa lógica, el desarrollo de Hermosillo ha derivado en la fragmentación de espacios de la diversificación de los imaginarios y las representaciones urbanas.

Dejar al mercado la libre oportunidad de desarrollar proyectos basados en una serie de imaginarios de ciudades americanas; retomar referencias entre el modelo urbano americano y el español para el desarrollo urbano, inmobiliario, la creación de

espacios recreativos y áreas verdes. Estas son algunas de las estrategias consideradas para dar forma a la imagen de los megaproyectos urbanos en Hermosillo (2004-2015).

En esa lógica, las representaciones e imaginarios de los megaproyectos urbanos para Hermosillo han emergido de la multiplicidad de escenarios ficticios y fragmentados, retroalimentados por las propuestas mercadológicas que privilegian el consumo conforme a la estratificación social y económica de la sociedad.

En suma, la Ciudad *collage* se presenta como producto de las políticas urbanas orientadas a la planificación estratégica y el marketing, donde sus principales consecuencias son la fragmentación y la dispersión en las ciudades. Esto, a partir de la potencialización de zonas de inversión derivadas de la recuperación y expansión urbana.

Sus principios se encuentran sujetos a las condiciones del mercado a nivel global, dando por consecuencia en lo local emergentes enclaves de riqueza que vienen a reproducir ciudades con modelos altamente diferenciados. Su posicionamiento deriva de mercantilizar aquellos elementos arquitectónicos, siendo los principales protagonistas de los megaproyectos urbanos.

Ciudad *Collage* representa e imagina el espacio urbano bajo la consigna del mercado y la búsqueda de su posicionamiento a partir de la oferta urbana y la puesta en valor del espacio diferenciado, fomentando la comunicación e imagen que retoma las representaciones e imaginarios de diversas ciudades, con el objetivo de dar pauta a obras que celebren el monumentalismo de las ciudades posmodernas. Así se da lugar a modelos de ciudad que logran competir bajo las condiciones del neoliberalismo urbano.

Bibliografía

- Abric, Jean Claude. 2001. *Prácticas sociales y representaciones*. México Ediciones Coyoacán.
- Abramo, Pedro. 2012. La ciudad com-fusa: mercado y producción de la estructura urbana en las grandes metrópolis latinoamericanas. *EURE*, Vol. 381, No. 114. P.p. 35-69. ISSN: 0250-7161.
- Alvarado, José Luis y Garrido, Alicia. 2003. *Psicología social: Perspectivas psicológicas y sociológicas*. España. Mc Graw Hill.
- Álvarez, Alberto. 2012. *Imaginarios sociales. Las significaciones del mundo imaginico en la metrópolis contemporánea*. Barcelona, España. Ediciones Parnass.
- Amendola, Giandomenico. 2000. *La ciudad postmoderna. Magia y miedo en la metrópolis contemporánea*. Madrid, España. Celeste Ediciones.
- Armas Días, Alejandro. 2007. En torno a la mercadotécnica urbana: reorganización y re imaginación de la ciudad. *Revista Bibliografía de la Geografía y Ciencias Sociales. Geo Crítica*. Vol. XII, No. 712. ISSN: 1138-9796.
- Aríztia, Tomás. 2013. Apuntes para una sociología del marketing y su relación con la ciudad. *Bifurcaciones. Revista de Estudios Culturales*. No. 13. P.p. 1-15. ISSN-e 0718-1132
- Archdaily. 2016. Estadio Sonora. Disponible en: <https://www.archdaily.mx/mx/781037/estadio-sonora-3arquitectura>
- Ascher, Francois. 2001. *Los nuevos principios de urbanismo*. Alianza Editorial; Madrid, España. ISBN: 978-84-206-9148-0.
- Augé, Marc. 2007. *Por una antropología de la movilidad*. Editorial Gedissa. Madrid, España. ISBN: 9788497842358.
- Baeza, Manuel Antonio. 2000. *Los caminos invisibles de la realidad social. Ensayo de sociología profunda sobre los imaginarios sociales*. Chile. RIL Editores. ISBN: 956-284-120-0
- Baeza, Manuel Antonio. 2008. *Mundo real, mundo imaginario. Teoría y práctica de la sociología profunda*. Chile. RIL Editores. ISBN: 978-956-284-652-3.
- Balcazar Nava, Patricia, Gonzalez-Arratia López-Fuentes, Norma I., Gurrola Peña, Gloria Margarita y Alejandra, Moysen Chimal. 2006. *Metodología cualitativa*. Toluca, Estado de México. Universidad Autónoma del Estado de México. ISBN: 968-835-947-5.
- Banchs, María A. 2000. Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales. *Papers on Social Representations*. Vol. 9, ISBN: 1021-5573 Disponible en: http://www.psr.jku.at/PSR2000/9_3Banch.pdf (18 de Marzo del 2016)

- Bauman, Zygmunt. 2013. *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Ciudad de México, México. Fondo de Cultura Económica; ISBN: 978-968-16-1507-7.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Vidas de Consumo*. Ciudad de México, México. Fondo de Cultura Económica. ISBN: 9788437506111.
- Benko, Georges. 2000. Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE* Vol. 26, Núm. 79, p.p.67-76. ISBN: 0250-7161. Disponible en http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612000007900004&lng=es&nrm=iso. (30 de Abril del 2016)
- Bisquerra Alzina, Rafael. 2004. *Metodología de la investigación educativa*. Madrid, España. Editorial La Muralla. ISBN: 84-7133-748-7.
- Borja, Jordi y Castells, Manuel. 1998. *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. México. Editorial TAURUS. ISBN: 84-306-0269-0.
- Campo-Redondo, María y Labarca Reverol, Catalina. 2009. La teoría fundamentada en el estudio empírico de las representaciones sociales: un caso sobre el rol orientador del docente. *Opción* Vol. 25, Núm. 60, p.p. 41-54. ISBN: 1012-1587. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31012531004>> ISSN 1012-1587 (3 de Mayo del 2016)
- Carretero Pasín, Enrique. 2010. *Los universos simbólicos de la cultura contemporánea*. Hergue Editora Andaluza. ISBN: 978-84-96620-51-3.
- Carretero Pasín, Enrique. 2010a. *El orden social en la posmodernidad. Ideología e imaginario social*. Barcelona. Erasmus Ediciones; ISBN: 978-84-92806-26-3.
- Carretero Pasín, Enrique. 2001. Tesis de Doctorado. Imaginarios sociales y crítica ideológica. Una perspectiva para la comprensión de la legitimación social. Universidad de Santiago de Compostela. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/downloadPdf/imaginarios-sociales-y-critica-ideologica--0/> (5 de Junio del 2017)
- Ciccolella, Pablo. 2012. Revisitando la metrópolis latinoamericana más allá de la globalización. *Revista Iberoamericana de Urbanismo*, No. 8, p.p. 9-21. Disponible en: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/13012/08_01_Ciccolella.pdf (7 de Junio del 2017)
- Chaney, David. 1996. *Estilos de vida*. Madrid. Editorial Talasa. ISBN: 9788488119971
- Cucó Giner, Josepa. 2014. *Antropología urbana*. Editorial Ariel. Barcelona, España. ISBN: 84-344-2222-3.
- Comisión Nacional de Vivienda. 2017. Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda. Disponible en: http://sniiv.conavi.gob.mx/SNIIV_Ini.aspx. (20 de Julio del 2017)

- Comisión Nacional de Vivienda. 2017. SIG. Oferta de Vivienda. Disponible en: <http://sig.ruv.org.mx>.
- Duarte Aguilar, Alejandro. 2003. *Historia Urbana de Hermosillo: 4 fragmentos, una ciudad*. Presentación en Power Point para Las Fiestas del Pitic. El Colegio de Sonora; Hermosillo, Sonora. Disponible en: <http://www.colson.edu.mx:8080/portales/docs/hermosillo.pdf> (10 de Abril del 2016)
- Duque Franco, Isabel. 2011. *Bogotá: entre la identidad y el marketing urbano. Cuadernos de Geografía, Revista Colombiana de Geografía*, Vol. 20, No.1, p.p.29-45. ISBN: 0121-215X. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281821983004> (5 de Junio del 2017)
- Durand, Gilbert. 1981. Edición 2004. *Las estructuras antropológicas de lo imaginario. Introducción a la arquetipología general*. Fondo de Cultura Económica. ISBN: 843750578X.
- Durand, Gilbert. 1964. Edición 1968. *La imaginación simbólica*. Amorrortu Editores; Buenos Aires. ISBN: 978-950-518-370-8.
- Durkheim, Émile. 1912. Edición 1982. *Las formas elementales de la vida religiosa. El sistema totémico en Australia*. Akal Editor. ISBN: 978-84-460-0125-6.
- Enríquez Acosta, J. A. 2002. *El Progreso Hermosillense. Expresiones de la modernización en los años noventa del Siglo XX*. Colección Textos Académicos. Universidad de Sonora. Hermosillo, Sonora, México. ISBN: 970-689-111-0.
- Ettinger, Catherine R. (Coord.). 2015. *Imaginos de modernidad y tradición. Arquitectura del siglo XX en América Latina*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. ISBN: 978-607-401-968-1.
- Expresso. 2017. Estadio Sonora es considerado como uno de los mejores. Disponible en: <http://www.expreso.com.mx/seccion/accion/beisbol/12301-estadio-sonora-es-considerado-como-uno-de-los-mejores.html> (18 de enero del 2018)
- Fernández, Gabriel y Sergio Paz. 2005. Más allá del marketing de ciudades: hacia una política pública de diseño y gestión de los signos de identificación de ciudad. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Vol. IX, Núm. 194. ISBN: 1138-9788. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-95.htm> (5 de Junio del 2016)
- Fernández Güell, José Miguel. 1997. *Planificación Estratégica de Ciudades*. Gustavo Gili S.A; Barcelona. ISBN: 84-252-1496-6.
- Friedman, Reinhard. 2000. Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE*, Vol. XXVI, No. 79, pp. 67-76. ISBN: 0250-7161. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007900004>.

- García Clanclini, Néstor. 1999. *La globalización imaginada*. Paidós; Buenos Aires. ISBN: 950-12-5476-3.
- Gaite, Arnoldo. 2011. *Imaginario Urbanos*. Bibliografika de Voros, S. A. Bucarelli. Buenos Aires, Argentina. ISBN: 978-987-584-357.
- Glaser, Barney y Strauss, Alsem. 1967. *The discovery of grounded theory*. Aldine Press: Chicago. ISBN: 0-202-30260-1
- Giddens, Anthony. 2000. *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Editorial Taurus; México. ISBN: 9789505118083.
- Gobierno del Estado de Sonora. 2011. *Comunicado de prensa*. Hermosillo, Sonora, México: Gobierno del Estado de Sonora.
- Gobierno del Estado de Sonora. 2009. *Informe de Gobierno*. Hermosillo, Sonora: Gobierno del Estado de Sonora.
- Gobierno del Estado de Sonora. 2008. *Informe de Gobierno*. Hermosillo, Sonora: Gobierno del Estado de Sonora.
- Gobierno del Estado de Sonora. 2007. *Informe de Gobierno*. Hermosillo, Sonora: Gobierno del Estado de Sonora.
- Gobierno de la República. 2010. Catálogo Nacional de Proyecto para las Conmemoraciones México 2010. Disponible en: http://www.bicentenario.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=403&Itemid=28 (5 de Junio del 2016)
- González Ochoa, Cesar y Torres Maya, Raúl. 2012. *Diseño y consumo en la sociedad contemporánea*. Editorial Designio S.A. de C.V.; Ciudad de México, México. ISBN: 6789685825296
- Griffin Ernest y Ford, Larry. 1980. A model of Latin American city structure. *Geographical Review*, Vol. 70, No. 4, Págs. 397-422.
- Gshstudio. 2018. GSH Studio, Urbanism, Architecture y Landscape. Disponible en: <http://gshstudio.com/es/profile/> (4 de Abril del 2018)
- Harvey, David. 2008. *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultura*. Amorrortu Editores. Buenos Aires, Argentina. ISBN: 950-518-652-5.
- Hiernaux, Daniel. 2007. Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. *EURE*, vol. 33, n° 99, pp. 17-30. ISSN: 0250-7161
- Ibañez, Tomás. 1998. *Ideologías de la vida cotidiana*. Editorial Sendai. Barcelona, España. ISBN: 8486762049.

- IMPULSOR. 2007. *Presentación MUSAS*. Gobierno del Estado de Sonora. (14 de Septiembre del 2016)
- IMPULSOR. 2009. *Presentación MUSAS. Musas. Música, Arte y Exposiciones en Sonora*. Hermosillo, Sonora, México: Gobierno del Estado de Sonora.
- IMPULSOR. 2009. Video promocional Sonora Proyecta. Hermosillo Vado del Río.
- IMPULSOR. 2011. Video promocional Plan Maestro Puerta Oeste.
- Janoshcka, Michael. 2002. El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización *EURE*, Vol. 28, No. 85, p.p.11-20. ISSN: 0250-7161 Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612002008500002 (6 de Junio del 2016)
- Jodelet, Denise. 1986. La representación social: fenómenos, concepto y teoría. *Pensamiento y vida social*. P.p. 469-494. Disponible en: <https://sociopsicologia.files.wordpress.com/2010/05/rsociales-djodelet.pdf>. (10 de Junio del 2017)
- Kotler, Philip & Levy J. Sidney. 1969. Broadening the Concept of Marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 33. No. 1.p.p. 10-15. Disponible en; http://trp.jlu.edu.cn:8000/yuhongyan_jpk./uploadfile/200705/20070523144447507.pdf (11 de Agosto del 2016)
- Lefebvre, Henri. 1974. Edición 2014. *La producción del espacio*. Madrid, España .Editorial Capitan Swings. ISBN: 978-84-941690-5-2.
- Lindón, Alicia. 2007. Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Eure* Vol. XXXIII, No. 99, p.p. 31-46. ISSN: 0250-7161. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/196/19609904.pdf>. (12 de Junio del 2017)
- Lindón, Alicia, Miguel Ángel Aguilar y Daniel Hiernaux. 2006. De la espacialidad, el lugar y los imaginarios urbanos: a modo de introducción. En *Lugares e Imaginarios en la Metrópolis*. Coordinado por Alicia Lindón, Miguel Ángel Aguilar y Daniel Hiernaux. México. Anthropos. ISBN: 84-7658-777-5.
- Lipovetsky, Gilles. 2002. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, España. Editorial Anagrama.. ISBN: 84-339-0083-8.
- Manjarrez, Adriana. 2006. Revive zona del vado del río. *El Imparcial Sonora*, Sección A Mercados. Disponible en: <http://www.expreso.com.mx/> (14 de Septiembre del 2016)
- Martínez Rascón, Cristina. 1997. La organización del sector terciario en la ciudad de Hermosillo. En *Ensamblajes urbanos. Rutas urbanas de la modernización*

hermosillense a fin de siglo. Coordinador Eloy Méndez. Hermosillo, Sonora. El Colegio de Sonora. ISBN: 968-6755-23-3.

Méndez, Eloy. 2000. Hermosillo en el siglo XX. Urbanismos incompletos y arquitecturas emblemáticas. Hermosillo, Sonora El Colegio de Sonora.. ISBN: 968-6755-36-5.

Méndez, Eloy. 2000a. El proyecto de ciudad de Hermosillo. En *Memorias del Simposio Juan Bautista de Escalante. Hermosillo en el tiempo 1700-2000*. P.p. 119-136. Hermosillo, Sonora. Instituto Sonorense de Cultura. ISBN: 970-18-5719-4.

Mesa Arango, Laura Victoria. 2011. El marketing urbano y la construcción de la imagen de la ciudad. Master en Gestión Urbanística. Universidad de Cataluña. http://www-cpsv.upc.es/tesines/resumgu_lmesa.pdf (15 de Agosto del 2016)

Montaner, Josep María y Muxí Zaida. 2012. *Arquitectura y política. Ensayos para mundos alternativos*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.L. ISBN: 978-84-252-2538-3.

Moñivas, Agustín. 1994. Epistemología y representaciones sociales: Concepto y teoría. *Psicología General y Aplicación*. Vol.47, No. 4. P.p. 409-419. ISSN: 0373 Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2385297> (18 de Mayo del 2017)

Musas. 2018. Museo de Arte de Sonora. Disponible en: <http://www.museodeartedesonora.gob.mx/index.php>

Muxí, Zaida. 2004. *La arquitectura de la ciudad global*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. S.L; ISBN: 978-987-584-213-7.

Narváez Tijerina, Adolfo Benito, Daniel González Romero, Horacio Roldan López y Javier Chávez (Coordinadores). 2013. *Ciudades Red. Una visión a través de los imaginarios urbanos*. Universidad Autónoma de Nuevo León. ISBN: 978 607 450 760 7.

Narváez Tijerina, Adolfo Benito. 2010. *La morfogénesis de la ciudad. Elementos para la teoría de los imaginarios urbanos*. México. Editorial Plaza y Valdés. ISBN: 978-607-402-157-8.

Pérez Álvarez, Luis. 2015. *Creaciones del imaginario social. El deseo, la ley y la ética*. México. Juan Pablos Editor. ISBN: 978-607-8434-09-1

Precedo Ledo, Andrés, Orosa González, José Javier y Alberto Míguas Iglesias. 2010. De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. *EURE*, Vol. 36, No. 108. ISSN: 0250-7161. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612010000200001&script=sci_arttext (11 de Abril del 2017)

Precedo Ledo, Andrés. 1996. *Ciudad y Desarrollo Urbano*. Madrid, España Editorial Síntesis. ISBN: 84-7738-386-3.

- Prieto González, José Manuel. 2011. La consolidación del Monterrey “imaginario” en el contexto de la globalización: “Macroproyectos” urbanos. *Frontera Norte*. Vol. 23 Núm. 45, p.p.165-192. Disponible en; <http://www.colef.mx/fronteranorte/articulos/FN45/6-f45.pdf> (15 de Junio del 2017)
- Pintos, Juan Luis. 1995. *Los imaginarios sociales; la nueva construcción de la realidad social*. Editorial SAL TERRAE. ISBN: 8429311513.
- Proyecto Puente. 2016. IV Bienal Regional de Arquitectura Mexicana. Disponible en: <https://proyectopuente.com.mx/2016/03/15/iv-bienal-regional-arquitectura-mexicana-la-importante-presea-la-arquitectura-regional/> (11 de Octubre del 2017)
- Puig, Toni. 2009. *Marca-Ciudad. Como rediseñarla para un futuro esplendido para todos*. Ediciones Paidós Ibérica, S. A. ISBN: 978-84-493-2209-9.
- Restrepo-Ochoa, D.A. 2013. La Teoría Fundamentada como metodología para la integración del análisis procesual y estructural en la investigación de las Representaciones Sociales. *CES Psicología*, Vol. 6, No. 1, p.p. 122-133. ISSN: 2011-3080. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-30802013000100008 (21 de Abril del 2017)
- Rojas, Douglas y Alma Hernández. 2014. Modelo de marketing urbano para la fijación de la imagen que ciudad Guayana proyecta en sus habitantes. *CICAG*. Vol. 12, No.2. Disponible en: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/2527/4843> (28 de Junio del 2017)
- Rojas Mendoza, Félix y Henríquez Aste, Guillermo. 2010. Imaginarios sociales urbanos vinculados a barrios cerrados en el Gran Concepción, Chile. *Sociedad Hoy*, Núm. 18, p.p. 65-83. Universidad de Concepción; Concepción. Chile. ISSN: 0717-3512. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/902/90223045006.pdf> (30 de Abril del 2017)
- Roldán López, Horacio y Mascareño López, Gladis Beatriz (Compiladores). 2013. *Imaginarios de las ciudades red*. Universidad Autónoma de Sinaloa. Ediciones del Lirio; México. ISBN: 978-607-9230-67-8.
- Silva, Armando. 2013. *Imaginarios, el asombro social*. Universidad de Externado de Colombia; Bogotá, Colombia. ISBN: 978-958-710-925-2.
- Silva, Armando. 2006. *Imaginarios urbanos*. Arango Editores; Bogotá, Colombia. ISBN: 958-27-0060-2.
- Silva, Armando. 2003. *Bogotá imaginada*. Editora Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A. Colombia. ISBN: 958-704-113-5.

- Soja, Eduard W. 2000. *Posmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid. Editorial Traficantes de sueños. ISBN: 978-84-96453-32-6. Disponible en: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Postmetr%C3%B3polis-TdS.pdf> (5 de Junio del 2017)
- Strauss, Anselm y Corbin, Juliet. 2002. *Bases de investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia. Editorial Universidad de Antioquia. ISBN: 978-958-655-624-8.
- Uniradio Noticias. 2012. Remodelación del cerro de la campana terminará en agosto. Disponible en: <http://www.uniradionoticias.com/noticias/hermosillo/131859/remodelacion-del-cerro-de-la-campana-terminara-en-agosto.html> (5 de Junio del 2017)
- Uribe García, Jesús Félix. 2010. *Hermosillo Siglo XX*. Publicaciones La Diligencia; Hermosillo, Sonora.
- Valencia, Elizabeth. 2013. ¿Es moderno el urbanismo latinoamericano? *Andamios. Revista de Investigación*, Vol. 10, No. 22, p.p. 129-145. ISSN: 1870-0063. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632013000200008 (3 de Abril del 2017)
- Velázquez Mejía, Osvaldo. 2013. Las representaciones, los imaginarios sociales y urbanos: ventanas conceptuales para el abordaje urbano. *Revista Académica de Investigación Tlatemoani*. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/14/imaginarios-sociales-urbanos.html>
- Vergara Figueroa, Abilio. 2015. *Horizontes teóricos de lo imaginario. Mentalidades, representaciones sociales, imaginario, simbolismo, ideología y estética*. México Ediciones Navarra. ISBN: 978-607-97003-7-9
- Yin, Robert K. 1994. *Investigación sobre casos de estudios. Diseño y métodos*. SAGE Publications.

Anexos

Anexo 1. Formato de entrevista.

Datos personales

- 1) Edad**
- 2) Sexo**
- 3) Lugar de nacimiento**
- 4) Ocupación**
- 5) Ubicación de vivienda particular (Colonia)**

a) Planificación estratégica y marketing urbano

Apartado 1. Aplicación de herramientas audiovisuales (Video 1)

- 6) ¿Qué tipo de ciudad se presenta en el video 1?**
- 7) ¿A quién va dirigido el video 1?**
- 8) Principal atractivo urbano del video 1**

Apartado 2. Aplicación de herramientas audiovisuales (Video 2)

- 9) ¿Qué tipo de ciudad se presenta en el video 2?**
- 10) ¿A quién va dirigido el video 2?**
- 11) Principal atractivo urbano del video 2?**

Apartado 3. Preguntas

- 12) ¿Cuál de los dos proyectos urbanos presentados (Video 1 y Video 2) considera más adecuado para Hermosillo?**
- 13) ¿Actualmente existe un proyecto de ciudad para Hermosillo?**
- 14) ¿Se han adecuados los últimos proyectos urbanos a las necesidades de los ciudadanos?**
- 15) ¿Considera la ciudad de Hermosillo adecuada para generar grandes obras urbanas?**
- 16) ¿Qué tipo de ciudad le gustaría de Hermosillo?**
- 17) ¿Qué tipos de proyectos le gustaría que se impulsaran para la ciudad de Hermosillo?**
- 18) Prioridades para el desarrollo urbano de Hermosillo.**
- 19) Alguna propuesta de proyecto urbano para Hermosillo**

b) Puesta en valor

Parte 1.

- 20) ¿Cuáles son las principales razones para vivir en la ciudad de Hermosillo?
- 21) ¿Cuáles fueron las razones que influyeron en la decisión de comprar su casa en esa zona de la ciudad?
- 22) ¿Qué cambios ha visto en la zona donde compro su casa en los últimos diez años?
- 23) ¿Considera que cuenta con una cobertura adecuada de servicios públicos y zonas comerciales?

Parte 2.

- 24) Cualidades de Hermosillo (Por ejemplo limpio, ordenado, bonito, feo, sucio, etc.)
- 25) ¿Qué tiene Hermosillo que no tienen otras ciudades?
- 26) ¿Qué lugares de Hermosillo representan mejor su identidad sonoreense?
- 27) ¿Cuáles son las zonas de potencial inversión de Hermosillo?
- 28) ¿Qué tipo de proyecto urbano propondría para atraer turismo a Hermosillo?

c) Comunicación e imagen

- 29) ¿Existe algún logotipo o marca que identifique a la ciudad de Hermosillo?
- 30) ¿A qué ciudad se parece Hermosillo? ¿Por qué?
- 31) ¿A qué ciudad le gustaría que se pareciera Hermosillo? ¿Por qué?
- 32) ¿Qué lugares les gustan más de Hermosillo?
- 33) ¿Qué lugares no le gustan de Hermosillo?

d) Monumentalismo

- 34) ¿Considera que la ciudad se diseña de acuerdo a los intereses de gobernantes en turno?
- 35) Edificio en la ciudad que identifique con el gobierno de Bours
- 36) Edificio en la ciudad que identifique con el gobierno de Padrés
- 37) Edificio que identifique la ciudad de Hermosillo
- 38) Edificio que más le gusta de la ciudad de Hermosillo

e) Morfología urbana/ Productos urbanos

39) ¿Cuál es la principal vía de acceso a Hermosillo?

40) Principales ejes viales de Hermosillo

41) ¿Hacia dónde creció la ciudad durante el gobierno de Bours?

42) ¿Hacia dónde creció la ciudad durante el gobierno de Padrés?

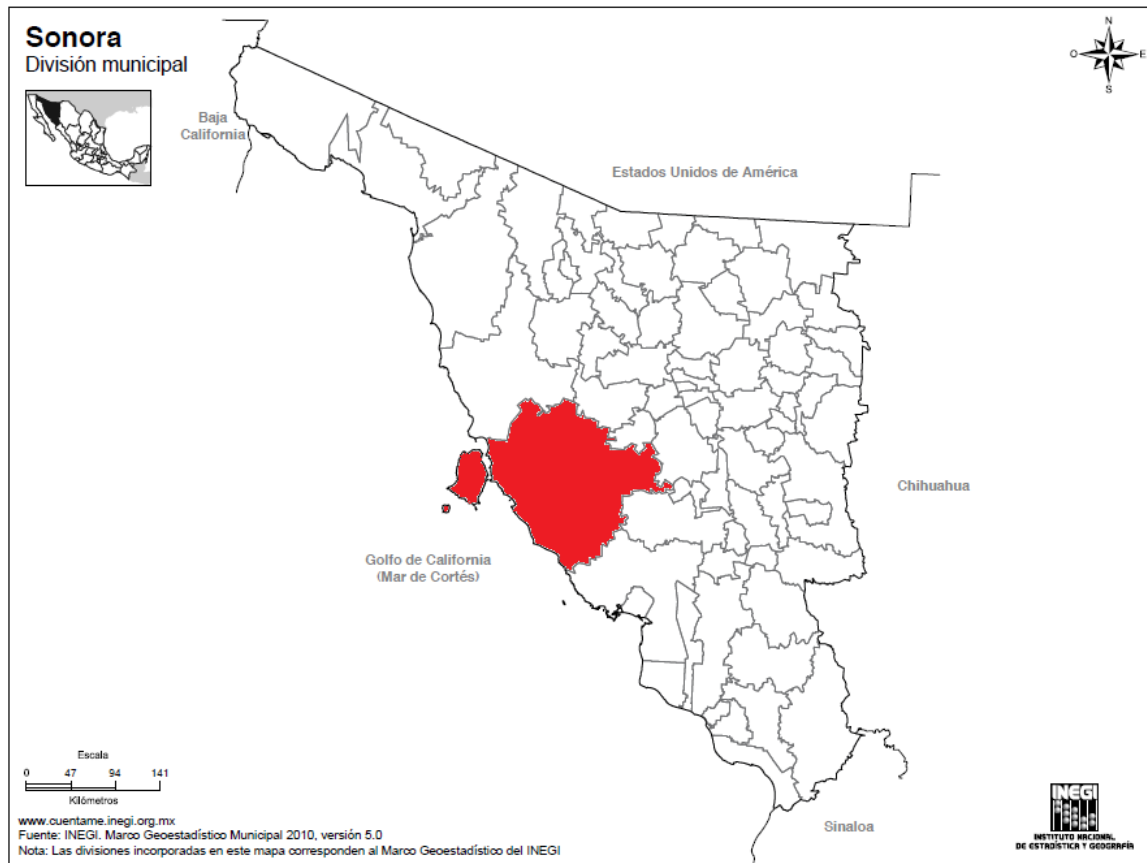
43) ¿Para dónde considera que está creciendo la ciudad de Hermosillo?

44) ¿Cuáles son los lugares en la ciudad que no se han considerado en los proyectos urbanos?

45) Lugar de mayor importancia (social, cívica, recreativa) de la ciudad

46) Principales lugares de Hermosillo (Enumerar de acuerdo a orden de importancia)

Anexo 2. Mapa de Sonora, México, con ubicación de Hermosillo.



Fuente: INEGI 2015.